مفكر نـاقد

متلقي راشد

منتج فــعال

التربية الإعلامية

Media Literacy Education

أحمد جمال حسن

التربية الإعلامية
Media Literacy Education

التربية الإعلامية

Media Literacy Education

مفكر ناقد

متلقي راشد

منتج فــعال

التربية الإعلامية

Media Literacy Education

هذا الكتاب ليس بحثًا أو دراسة أكــاديمية ... بل مُحاول تحليلية لتزويد القارئ بأسس التربية الإعلامية النظرية وكيفية التعامل الواعي مع وسائل الإعلام

أحمد جمال حسن

فهرسة دار الكتب المصرية أثناء النشر.

حسن، أحمد جمال

التربية الإعلامية

Media Literacy Education

أحمد جمال حسن. ط١ - المنيا: دار المعرفة، ٢٠١٥.

٢٥٠ص، ٢٤سم.

رقم الإيداع: ١١١٥١/ ٢٠١٥.

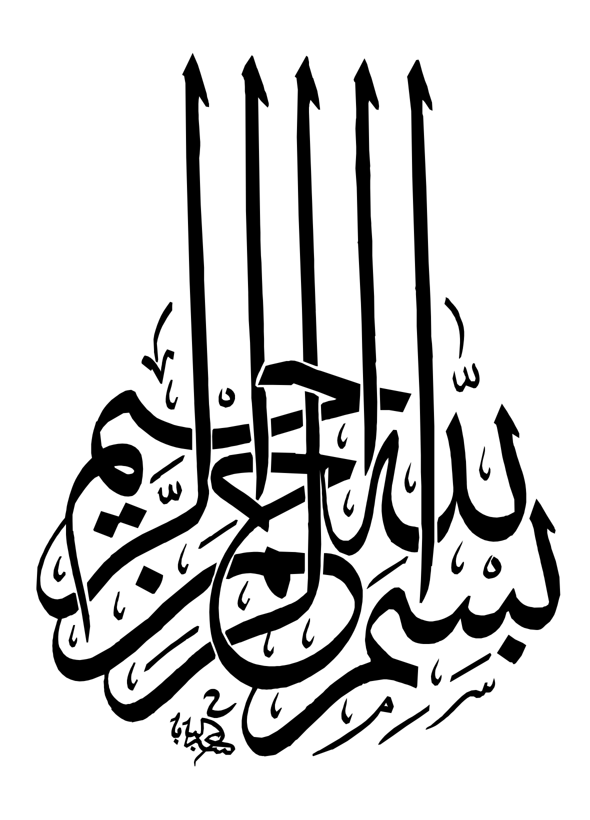
١- الإعلام ٠٠١.٥

أ- العنوان

الطبعة الأولى

٢٠١٥م – ١٤٣٦هـ

دار المعرفة للطباعة والنشر



{ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُوْلَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُوْلَئِكَ هُمْ أُوْلُوا الْأَلْبَابِ }

صدق الله العظيم

الزمر: (١٨)

إهداء

إلى من أحمل أسمه بكل افتخار

أبي الغالي

إلى الشخصية الوحيدة في هذا العالم التي تحبُني وتُضحي من أجل إسعادي بدون إنتظار مُقابل لكل هذا الحب، إلى من أنارت دربي بالحنان وأدفئت قلبي بالإيمان.

أمي الحبيبة

إلى زهور قلبي وثروتي ودافع قوتي في الحياة

إخوتي الأعزاء

شكر وتقدير

بسم الله نبدأ، والصلاة والسلام على مُعلم البشرية وهادي الإنسانية أشرف الخلق حبيب الحق سيدنا محمد صلِّ الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين. فإن أول الحمد وأصدقه لله رب العالمين الذي أعانني على إتمام هذا العمل.

فمن باب قول المصطفى صلِّ الله عليه وسلم "لا يشكر الله من لا يشكر الناس". فإن الوفاء يقتضي أن يُرد الفضل لأهله، لذلك أتوجه بجزيل شكري وصادق عرفاني وعظيم امتناني إلى أساتذتي بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، وهم: أ.**د/ حنفي حيدر**، **د/ وائل صلاح، د/ إيمان محمد، د/ أحمد عبد الكافي، د/ أشرف رجب، د/عبد المحسن حامد، د/ هاني أبو الدهب**. فقد سعدت وشرفت بتلقي العلم الإعلامي على أيديهُم، فبارك الله فيهم ومتعهم بالصحة والعافية.

والشكر موصول إلى أساتذتي بقسم تكنولوجيا التعليم، خاصةً **أ.د/ زينب محمد أمين**، التي تعلمت منها الكثير، أيضًا أتوجه بخالص شكري لكل من **د/ ممدوح عبد الحميد، د/ إيمان الشريف.** ولا يفوتني في هذا المقام إلا أن أتوجه بأسمى آيات الشكر والعرفان إلى أستاذتي ومعلمتي الفاضلة **أ.د/ وفاء الدسوقي**، التي استفدت من توجيهاتها التي أثرت على تعليمي وشخصيتي كثيرًا وكثيرًا. أما من علمتني التفاؤل والمضي إلى الأمام، إلى من رعتني وحافظت علي، إلى من وقفت إلى جانبي عندما ضللت الطريق، إلى أستاذتي ومعلمتي وأمي الفاضلة **أ.د/ أمل أنور**. إلى أصدقاء عُمري ورفاقي في الحياة الدراسية والعملية.

إلى من فطر قلبي لوداعة، لك الدعوات منّا كل يومٍ، وما لاحت على الدنيا ثريً فكم ناصحتني حيًّا ولكن أراك اليوم أوعظ منك حيً، إلى مُعلمي **أ.د/ عدلي رضا**، كما أفتقدك كثيرًا أستاذي ومُعلمي **د/سراج علي.**

في النهاية فأني أرجو من الله أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم وأن يتقبله مني.

وما توفيقي إلا بالله

أحمد جمال حسن

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

قائمة التواصل

م	بيان الاتصال	عبر
١	facebook.com/ahmed.g.hassanmohammed	Facebook
٢	twitter.com/AHMEDGAMAL7ASAN	Twitter
٣	a_dedo55@yahoo.com	E-mail
٤	Ahmed_Gamal@s-mu.edu.eg	

مقدمة

يبدوا التاريخ الذي نحيا غير التاريخ الذي نعلم ونفهم، وما أبعد الصورة في عالمنا المُعاصر والذي تقوده ثورة المعلومات والاتصالات، عن عالم سابق شهد الثورة الصناعية قبل مئات السين، أو عالم أسبق شهد الثورة الزراعية قبل ألاف السنين. بنهاية القرن العشرين كان هُناك عددًا ليس بالقليل من الأبحاث والدراسات الإعلامية التي تناولت التأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام على النشء والشباب؛ تحديدًا مضامين كل من القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الإنترنت، واتخذت هذه المضامين عدة أشكال، منها: العنف، الإباحية، الصورة النمطية عن بعض فئات المُجتمع وبعض الأقليات والأجناس، وغير ذلك من الموضوعات التي تستهوي الباحثين في بلاد تقتطع فيها وسائل الإعلام جزءًا كبيرًا من وقت الجمهور. فاختيار هذه الموضوعات يُمكن إرجاعها لسببين:

أولهما: التعبير عن استيائهم واستهجانهم لتفشي مظاهر التأثير السلبي لوسائل الإعلام بشكل ملحوظ على سلوك أفراد المُجتمع؛ خاصة النشء والشباب، ويرجع ذلك لاهتمام القائمين على إدارة وسائل الإعلام بالوظيفة الترفيهية على حساب الوظائف الأخرى، هذه الوظيفة التي اتخذت من المضامين الإعلامية الضارة – بكافة أشكالها ومستوياتها– محورًا رئيسًا في موضوعاتها التي تخدمها، وهم يظنون أنه عامل جذب للجمهور والمُعلنِ معًا. **بينما السبب الثاني:** يتحدد في حداثة ظاهرة التأثيرات السلبية على الباحثين العرب، التي لم تعرف بلادهم مستوى التدني الأخلاقي المُنتشر الآن.

فما كُتب عن المُجتمعات الغربية أصبح حقيقة مُعاشة في مُجتمعنا الأن، فالزيادة المُفرطة في استخدام وسائل الإعلام أدى إلى فساد اجتماعي كشكل من أشكال الانحلال الأخلاقي ومظهرًا من مظاهر التراجع القيمي، بل أصبح المُستخدمون يتنافسون في البحث عن أشكال جديدة للفساد الأخلاقي والمُساعدة في نشرها. فقد أثبتت التجربة يومًا بعد آخر، مدى قُدرة الإعلام المُغرض على فرض الصور النمطية، وتزييف الحقائق، وإشاعة الأساطير، فضلاً عن عدم امتلاكه القيم التي تبني المُجتمعات.

وأصبح الإعلام أخيرًا بين سندان التوجيه ومطرقة المصداقية، سواء عبر الفضائح التي تهز مؤسسات العالم الإعلامية، أو ردة الفعل المُخيبة لآمال مُتابعي الأحداث العربية التي حركت وجه بُلدان المنطقة؛ وذلك بعد انتشار الفضائيات والقنوات الخاصة، وموجه الصحافة

الخاصة في العالم العربي، وانتشار ألوان من الصحافة والإعلام الذي يهتم بالفرقعات الإعلامية والإثارة والتضخيم، على حساب الموضوعية والحقيقية، وفي كثير من الأحيان يكون لوقائع غير مُثبتة بالأدلة، أو حتى لقضايا ليست لها أهمية، وهو ما يُثير أسئلة مُهمة وضرورية عن حقيقة مثل هذه المُمارسات الإعلامية وكونها تقوم بدور تخريبي وتدميري للوعي وللعقل بدلاً من الدور الواجب أن تقوم به في بناء هذا الوعي، فضلاً عن اختلاق القصص والفضائح والتُهم مما لا أصل له على أرض الواقع.

أيضًا ماذا لو قد وضعت وسائل الإعلام في إعتبارها منذ سنوات عدة سابقة أن المُجتمع بجميع مؤسساته يعمل على بناء المواطن الصالح؛ ولكن الإعلام يُفسد القيم الاجتماعية، وينتهك حقوق الأفراد، كذلك ماذا لو أدت المؤسسات التربوية والتعليمية دورهُما في دعم ومساندة التربية الإعلامية مُنذ نشاتها – رسميًا بإصدار إعلان جرانوالد جرانوالد "Grunwald Declaration, 1982"، ومكنت أفراد المُجتمع من التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، وتحليل ونقد مضامينها بل إنتاجها وتشاركها أيضًا. فإذا كان التضليل والتزييف يقع على عاتق المؤسسة الإعلامية، فالتمكين وتنمية الوعي الإعلامي يقع على عاتق المؤسسة التربوية.

فالمؤسسة الإعلامية تُعد أقوى مؤسسات المُجتمع تأثيرًا على الفرد والمُجتمع، اقتصاديًا وثقافيًا واجتماعيًا، وهو ما يُحتم عليها أن تكون مُتفقة مع القواعد والمعايير الأخلاقية، وأن ينعكس ذلك فيما تُقدمه من مضامين، وفي حالة عدم إمكانية ذلك فإن الحل المُجدي يُمكن أن يكون في تنمية وتعميم التربية الإعلامية، وضرورة تفعيل دور المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في تحقيق تربية إعلامية واعية.

وبالرغم من وجود اختلافات بين دول العالم من حيث انتشار تكنولوجيا الاتصال، إلا أنه يُمكن التأكيد على أن هناك تزايد مُستمر في تعرُض مُعظم الجمهور لكم هائل من المضامين الإعلامية التي تُبث من مصادر إعلامية مُتعددة، مما أدى إلى تغيّرات إدراكيّة لمفاهيم الزمن والمساحة والحدود، حتى أصبح الجمهور يعيش ليس في قرية عالمية وفقًا لوصف "McLuhan" خلال ستينيات القرن المُنصرم؛ بل في قرية عالمية إلكترونية يستطيع فيها الأفراد الاتصال ببعضهم البعض من خلال ضغطة زر واحدة.

فقوة المُجتمعات في الخارج من قوتها في الداخل، وتُعد القدرة على حماية قيم وعقول أفرادها في هذا العصر التكنولوجي المعرفي الفياض أهم معالم القوة في الـــداخل، فقــد فقــدت الدول قُدرتها على السيطرة الكاملة للبث المباشر، كما فقـــدت قُــدرتها علـــى التصـــدي للبـــث الإعلامي الخارجي، والاكتساح الثقافي الأجنبي بعد أن ساعدت شبكة الإنترنـــت علـــى الغـــزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية. وأحدثت تكنولوجيا اليوم انصهارًا مروعــًا للصـــوت والصورة، فأصبح من الصعب التفريق بين الوهم والواقع، وبين الحقيقة والخيال، وبين ما هـــو أخلاقي وما هو غير ذلك، فغابت أُسس بناء التربية الإعلامية المُميزة.

وترتب على هذا الواقع الجديد تداخل وتشابك واضطراب في الأدوار والحدود، ممـــا تعين معه ضرورة تأكيد وترسيخ منطق الالتزام والمسئولية سواء في العلاقات بـــين الـــدول أو بين الفرد ومُجتمعه، وبين الفرد ونفسه. فأصبح من الضروري أن يضع المُتلقيين مُرشحًا علـــى آذانهم وأخر على أعيُنهم، ليُنقي كل ما يسمعوا ويُشاهدوه، فيُغربل المشاهد والأقوال، بل أصبح ضروريًا أن يُقيموا أكشاك الحراسة على كل مداخل حواسهم ويتحول عقلهم من قارئ إلى ناقـــد مُبدع، وبات ضروريًا ألاّ يستمعوا إلى أي شيء في استسلام وحُسن نية بل يَصغوا إليه في شك وارتياب وتحسُب.

بالتالي أصبحت المُجتمعات بشكل عام والنامية بشكل خاص، والمنظمات والمؤسسات التربوية مُلزَمة بضرورة التصدي لهذه المضامين الضارة التي من شأنها استنزاف طاقات النشء والشباب، والتصدي الواعي للتغلغل الإعلامي لعقولهم، وذلك من خلال زيادة وعيهم وفهمهم لوسائل الإعلام، هذا الأمر غير قاصر فقط على النشء والشباب؛ بل يمتد ليشمل الفئات المُجتمعية الأخرى كالوالدين، والمعلمين، وصناع السياسات والقرارات التعليمية والإعلامية، وأيضًا العاملين في وسائل الإعلام.

فالتربية الإعلامية أعطت مساحة كبيرة من الفرص المواتيـــة لمُعالجـــة الكثيـــر مـــن المُشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يُعاني منها المُتعلمين كمُشكلة الأمية: الحضـــارية، والتكنولوجية، والسياسية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخـــرين، وعـــدم الألفة والتحيز والاستغراق في المحلية وغيرها.

مما سبق يتبين ضرورة الإسراع على تغيير مناهج التعليم في الإعلام والسعي لتضمين مفهوم التربية الإعلامية بها، وتزويدها بأنشطة تعليمية، وتقويمية قائمة على المعرفة الإعلامية، والمهارات الخاصة بها، والاتجاهات نحوها. فهذه المناهج المطورة تجعل المُتعلم إنسانًا يتعامل مع الإعلام الذي أصبح إعلام شخصي يختار منه ما يشاء، إعلام تعدى حدود إمكانات تصور العقل البشري، بحيث لا يقلل انتماؤه إلى عصره انتماءه إلى وطنه، وبيئته، وثقافته؛ لهذا يجب علينا أن نُقدم لأبنائنا تربية إعلامية لكي نُربي بداخلهم القيم التي سوف ينتقوا على أساسها إعلامهم القادم.

ومن ثم يُصبح امتلاك أبنائنا لكفايات التربية الإعلامية هو تحصين لهم من الاختراق الثقافي، والمحافظة على هويتهم الإسلامية والعربية، فالأمم لا تقوم إلا بعقول مُفكرة، وناقدة، ومبدعة، ومعلمين يُسهمون في بناء هذه العقول باكتسابهم كفايات التربية الإعلامية من خلال رسالة صادقة وجادة، يهدف كل معلم من ورائها إلى بناء جيل مُثقف مبدع صحيح العقيدة، ومتين الخلق، ومتفتح على الثقافات الأخرى.

ستجدون في هذا الكتاب الصغير رؤية بسيطة عن التربية الإعلامية كما أراها وأريدها وأسعى إليها، كما سأعمل جاهدًا على تحقيقها، وهي رؤية مكونة من خلال قراءة في ملفات الدعوة إلى تطبيق التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية والإعلامية، تطبيق التربية الإعلامية لجميع فئات المُجتمع.

كما أن هذا الكتاب لا يحمل بين طيات صفحاته كل ما يرتبط بالتربية الإعلامية، ولكنه لبنه صغيرة بسيطة تحتاج إلى مزيد من الصفحات والكُتب والدراسات، فالمبدأ أنه ليس بالكافي أن نشعر بالحاجة إلى أن نتعلم، ولكن الأهم هو أن نشعر بأننا بحاجة إلى أن نتعلم كيف نتعلم.

والله من وراء القصد ..

أحمد جمال حسن

الفصل الأول

الحاجة إلى التربية الإعلامية ...!

مصادر الإستدلال بالحاجة إلى التربية الإعلامية

- أولاً- قضايا التربية الإعلاميـــة واتجاهاتـهــا الحديثة
- ثانياً- توصيات المؤتمرات
- ثالثًا- أقوال إعلامية مأثورة
- رابعًا- المُلاحظة البحثية

الحاجة إلى التربية الإعلامية ...!

ظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية، وأصبحت مطلباً مُلحاً لتنمية المواطنة الواعية المسئولة الفعالة، والمُساهمة النشطة الشاملة في صُنع الحُضور الوطني. لأنها تحتوي على مجموعة من المهارات؛ كالتفكير: الناقد، والإبداعي، والعلمي الذي يُمكن المُتلقي من بناء أحكام مُستقلة عن المضامين الإعلامية وإنتاجها.

كما أن التربية الإعلامية مُطالبة بمُتابعة سلوكيات الطلاب داخل المؤسسة التعليمية وخارجها، وهي بذلك تنُمي عده مظاهر سلوكية للمسئولية الاجتماعية، وذلك من خلال التأكيد على الحفاظ على المؤسسة التعليمية بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم ومنها: التحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المُعلم، وحب الوالدين، والرغبة المُلحة في العلم، وحبه لزملائه، وولائه لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة، والبُعد عن كل ما هو مُشين، والتعاون في الخير، والارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة.

وقد حددت اليونسكو أسباب الحاجة للتربية الإعلامية، كما يأتي:

- التدفق الإعلامي الهائل الذي يعيشه العالم حاليًا مع ما يتعرض له المتلقون من تنوع خاصةً الشباب بما له من تأثير على الحياة الاجتماعية للشباب.
- لم يعد من المُمكن الإكتفاء بإدانة وسائل الإعلام بل يجب الاعتراف بأنها تُشكل جزءًا من مكونات الحياة الحديثة، ويُمكن أن تُمثل أحد المكونات التي تعمل على تنمية المُشاركة الإيجابية لأفراد المُجتمع.
- هُناك بعض الاختلافات بين المنظومة التعليمية والحياة الواقعية، وهو ما يعوق إعداد الشباب بالأسلوب السليم للدخول للحياة العملية.

أما الكتاب الحالي فيوضح الحاجة إلى التربية الإعلامية من خلال مصادرة استدلالية عدة للحاجة إلى التربية الإعلامية، ويُمكن توضيح ذلك بشئ من التفصيل فيما يلي:

مصادر الإستدلال على الحاجة إلى التربية الإعلامية:

نبع الإستدلال بالحاجة إلى التربية الإعلامية من مصادر أساسية عدة، يُمكن توضيحها على النحو الآتي:

أولاً- قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة:

تتبين الحاجة إلى التربية الإعلامية من خلال التعرف على الاتجاهات الحديثة في مجال التربية الإعلامية من خلال مناقشة تسع قضايا رئيسية حددها عبد الرحيم درويش (٢٠٠٧، ٧٥٣-٧٨٣) تتمثل فيما يلي:

- **القضية الأولي- اختلاف تعريفات التربية الإعلامية؛** أي أن التربية الإعلامية تم تعريفها بطرق مُختلفة، حيث تختلف تعريفات التربية الإعلامية طبقا لاختلاف الزوايا التي ينظر منها الباحثون إلي هذا المُصطلح مما يعكس قضية هامة تتعلق بماهية التربية الإعلامية.
- **القضية الثانية- تحديد المصطلحات؛** حيثُ يوجد جدال كبير بين الباحثين تجاه تحيد مُصطلح التربية الإعلامية، فهناك من يستخدم مصطلح "Media Literacy" وهناك من يستخدم مصطلح "Media Education"، وهناك من يرى أن المُصطلحين يُعبران عن مفهوم واحد، وهناك من يرى بأنه هناك فرق بين المصطلحين، وهناك من توصل لمُصطلح شامل يجمع بين المُصطلحين السابقين متمثل في "Media Literacy Education".
- **القضية الثالثة- تحديد المهارات الأساسية في التربية الإعلامية؛** لقد أجمع الباحثون على أن التفكير الناقد يُعد من المهارات الأساسية للتربية الإعلامية، خاصةً عند مُشاهدة التلفزيون.
- **القضية الرابعة- تحديد كيفية تدريس التربية الإعلامية؛** يوجد خلاف بين الباحثين بشأن ما إذا كان من الأفضل تدريس التربية الإعلامية كمادة مُستقلة، أم أنها تُدمج داخل سياق المواد الموجودة بالفعل، واقترح الباحث أنه من الأفضل تدريس التربية الإعلامية كمادة مستقلة في كل مراحل التعليم.
- **القضية الخامسة- تحديد كيفية تطبيق مناهج التربية الإعلامية؛** يوجد جدال بين الباحثين بشأن ما إذا كان من الأفضل تدريس التربية الإعلامية في التعليم قبل الجامعي فقط، أم من الأفضل أن تدرس كافة مراحل التعليم، وتقترح هذه الدراسة أن يمتد تدريس التربية الإعلامية في كافة المراحل التعليمية وليست فقط وإنما أيضا تمتد إلي خارج المنظومة التعليمية وذلك من خلال الأسرة ومؤسسات المجتمع المدني.
- **القضية السادسة- الحماية مقابل التمكين؛** يوجد جدال بما إذا كان الغرض من التربية الإعلامية حماية النشء والشباب من الآثار السلبية لوسائل الإعلام أم أن الغرض تمكينهم من التعامل مع وسائل الإعلام في هذا العصر، وتقترح الدراسة بأنة يجب تمكين الطلاب

وتشجيعهم علي اتخاذ القرارات الصحيحة بشأن التعرض لوسائل الإعلام وكيفية التعامل مع المضمون السلبي بشكل نشط.

– **القضية السابعة-** مُشاركة وسائل الإعلام في التربية الإعلامية؛ هُناك من يرى أن برامج التربية الإعلامية لا يجب أن تشارك فيها مؤسسات وسائل الإعلام بالتمويل وهناك من يسمح بذلك.

– **القضية الثامنة- التركيز علي نصوص الثقافة الشعبية في التربية الإعلامية؛** من الضروري التركيز علي المواد الإعلامية التي يتعرض لها المُتعلمين يوميًا في منازلهم والتي تُمثل لديهم الثقافة الشعبية عند تدريبهم على مهارات التربية الإعلامية لأن هذا سوف يُساعد على نقل مهارات التربية الإعلامية من المدرسة إلي البيت أيضًا.

– **القضية التاسعة- ربط التربية الإعلامية بأجندة سياسية أو أيديولوجية واضحة؛** من الضروري أن لا ترتبط برامج التربية الإعلامية بأجندة سياسية أو اجتماعية محددة، وإنما يجب أن تكون غاية في حد ذاتها تهدف إلي تنمية مهارات التفكير النقدية عند تحليل مضامين وسائل الإعلام.

سيتم التطرق لجميع هذه القضايا وأكثر بشئ من التفصيل في صفحات الكتاب القادمة.

ثانياً- توصيات المؤتمرات:

اهتمت كثير من المنظمات الدولية وعلى قمتها: اليونسكو، والمفوضية الأوروبية، ومجلس الاتحاد الأوروبي، واتحاد الحضارات، والايسيسكو، وسيجيب، وجامعة الدول العربية، ومؤسسة نورديكوم الدولية لرعاية الأطفال والشباب والإعلام، وغيرها من المؤسسات، بالدعوة لتقديم الدعم الفوري لمُختلف دول العالم بشأن التربية الإعلامية، فنظمت عديد من الدول خلال السنوات الماضية من القرن الماضي والحالي مجموعة من المؤتمرات والاجتماعات وورش العمل حول موضوع التربية الإعلامية نظريًا ومنهجيًا، وأوصت عديد من المؤتمرات على ضرورة إكساب مهارات التربية الإعلامية من خلال إدراج التربية الإعلامية السليمة في المناهج الدراسية المُختلفة، ومدّ الأجيال الناشئة بما يُمكنها من تفادي سلبيات مضامين وسائل الإعلام، كما أوصت على ضرورة تطوير مفهوم التربية الإعلامية ليتسع ليشمل المُستجدات الحديثة، سيتم التطرق لهذة النقطة وأكثر بشئ من التفصيل في صفحات الكتاب القادمة.

ثالثًا- أقوال إعلامية مأثورة:

هناك العديد من الأقوال المأثورة التي جعلت من التربية الإعلامية حاجة مُلحــة فــي عصرنا الحالة، يًمكن سرد بعضها على الحو التالي:

- **د. علاء الأسواني، من مقاله "كيف تصنع مذبحة ناجحة"؛** جنودك في تهيئة الرأي العام هم عشرات الصحفيين والإعلاميين من عُملاء الأمن، هؤلاء مقابل الأموال والمناصب التى يحصلون عليها منك لا يتورعون عن عمل أى شىء من أجل إرضائك، لديهم وسائل متنوعة كلها فعالة؛ بدءًا من مُداخلات المُشاهدين ورسائل القراء المصطنعة، إلى نشر أخبار كاذبة واختلاق وقائع، إلى الاستعانة بخبراء استراتيجيين يرددون الأكاذيب بوقار كامل. سيكون باستطاعة هؤلاء الإعلاميين اختلاق أغرب الأكاذيب وأبعدها عن الواقع ... لكنهم سيظلون يرددونها على الناس حتى يصدقوها في النهاية.
- **د. مصطفى النجار، من مقاله "الشؤون المعنوية وميثاق شرف الإعلام"؛** مُنذ ثورة الخامس والعشرين من يناير فوجئ المصريون بموجة تدني إعلامية أصابت الناس بالفزع بعد أن أدمن عدد من الفضائيات استضافة بعض الأشخاص الذين يُمارسون كل أنواع الفحش والبذاءة اللفظية والأخلاقية تجاه الجميع. لم يقتصر الأمر على هذا بل مارس بعض الإعلاميين تحريضًا سافرًا وتبنوا خطابات الكراهية والشيطنة لكل صاحب رأى مُختلف، وصارت الاستباحة عنوان المرحلة في سقوط مهنى مُريع. لا أحد يُراهن اليوم على دور لوزارة الإعلام ولا المُجتمع المدني في إنقاذ مصر من هذا السقوط الذى سيؤثر على مُستقبل مصر بالسلب.
- **ناعوم تشومسكي ، أستاذ اللغويات في معهد ماساشوستس للتقنية والناشط السياسي والإعلامي؛** قبل الحرب على العراق بثت القنوات الإعلامية الأمريكية عددًا كبيرًا من اللقاءات مع سياسيين وإعلاميين وعسكريين يُناقشون فكرة الحرب على العراق، فقط إثنان من هذه اللقاءات كانت مع شخصيات ترفض الحرب وما يزيد عن ثلاثمائة لقاء كان مع شخصيات تؤيد الحرب، بالرغم من كثرة الخُبراء والسياسيين والإعلاميين الذين كانوا يرفضون الحرب، إلا أن شكل من أشكال الفلترة تم لتخرج الصورة للمواطن الأمريكي أن كل الناس تؤيد الحرب؛ بالتالي يتردد من يرفضون الحرب في التعبير عن رأيهم أو يغيروا رأيهم كلية.
- **سيث أكرمان، عضو هيئة الصدق و الدقة في التقارير الإخبارية؛** هُناك خطًا عامًا في مُختلف قنوات الإعلام الكبرى في أمريكا يقوم على مُطالبة الولايات المُتحدة بأن تلعب دورًا في القضية الفلسطينية؛ بالتالي يقوم الإسرائيليون بواحدة من مجازرهم فتخرج CNN أو

MSNBC على سبيل المثال لتذيع الخبر ويُعقب المُذيع في آخره قائلاً: إن علي الولايات المتحدة أن تقوم بدور حيال ما يحدث في فلسطين.

العبارة لها تأثيران: الأول؛ هو الشعور بالحرية التي يتمتع بها الإعلام الأمريكي فهو يلوم الرئيس أو السياسيين على حيادهم تجاه القضية الفلسطينية بدون خوف. والتأثير الثاني؛ هو الأفدح هو الإيحاء بأن أمريكا لا تتدخل في القضية الفلسطينية وتقف على جانب الحياد، مع أن الفلسطينيين يُقتلون بسلاح أمريكي؛ بينما تقوم أمريكا بكافة أشكال الدعم المادي والعسكري والسياسي لأسرائيل.

- **جورج أورويل**؛ لقد لاحظت في مرحلة مُبكرة من حياتي أن الصحف لا تنقل أبدًا أي حدث كما حدث فعلا".
- **مالكوم إكس**؛ إن لم تكن حذرًا.. فإن الصحف ستجعلك تكره المقهورين ... وتحب أولئك الذين يمارسون القهر.
- **محمد عادل، الكلام عن رواية ١٩٨٤ لجورج أورويل**؛من ضمن النقاط الأساسية في القصة أن البطل حين بدأ يرفض ما يحدث حوله، فإنه يجد نفسه وحيدًا، لأن أحدًا ممن حوله لا يشاركه نفس الأفكار، وهو الوحيد الخارج عن هذا القطيع. هذا أيضًا تأثير أساسي من تأثيرات الإعلام حديثًا.. فكرة أنك إن خرجت على الخط العام للتفكير الذي يبثه الإعلام فإنك ستشعر بأنك وحيد، لأن الجانب الآخر لا ينقله الإعلام؛ بالتالي تتردد كثيرًا في التعبير عن رأيك والدفاع عنه و العمل من أجله.
- **باولو فرير**؛ إن تضليل عقول البشر هو أداة للقهر.. فهو يُمثل إحدى الأدوات التي تسعى النُخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة.
- **كريس هدجز**؛ المُجتمع الذي لا يستطيع أن يفرق بين الخديعة والحقيقة يهلك ...
- **د. مصطفى محمود، كتاب: العاب السيرك السياسي**؛ مُعظم ما يصلنا عن طريق شبكات الأخبار أكاذيب ومعلومات مُعدة سلفاً لتوزع على الشعب المرسوم له أن يعيش في ضباب ... لا يعرف رأسه من رجليه.
- **مهذبون**؛ النقد وسيلة للإصلاح وتعديل المسار، وليس وسيلة لتفريغ شحنات الكره والحسد.
- **مهذبون**؛ الإعلام يُمرر لك ما يريد هو أن تراه، وليس الحقيقة التي تُريدها.
- **مهذبون**؛ في لجة التزييف الإعلامي للحقائق، ومع الأمية الإعلامية المُنتشرة، تتشابه على الكثير من الناس الأمور، فيميلون للصمت من مُنطلق الصمت وقت الفتن، فأحذروا تخوينهم.

- **مهذبون**؛ تعامل فصيل مع الفصيل المُعارض له يذكرني بإقصائية الإعلام التقليدي القديم، بأن الرسالة أحادية الاتجاه، والمُتلقي ليس له حق في شئ.
- **مهذبون**؛ الإعلام هو صورة الأمة الناطقة بوعيها وحضارتها، فلا تجعلوا الصورة زائفة فنضيع بين الأمم.
- **مهذبون**؛ يجب علينا التفكير الدائم في طُرق تنمية قدرات الأطفال ومُستقبلهم؛ بدلاً من إفناء حياتهم فيما يعود بالضرر البالغ عليهم، من خلال مُتابعة وسائل الإعلام.
- **مهذبون**؛ من يمتلك الإعلام يمتلك العالم، فشاهد وأستمع واقرأ كما تشاء ... ولكن بحرص فلا تجعلهم يتحكون بك.
- **مهذبون**؛ وسائل الإعلام للمعرفة ونقل الأخبار والمعلومات وليست وسائل لتزييف الحقائق. فلزامًا علينا في ظل اللغط الإعلامي أن نتمسك بالمعرفة الإعلامية البسيطة التي تجعلنا بعيدًا عن منطقة الخطر الإعلامي.
- **مهذبون**؛ من يمتلك الإعلام يصنع الحدث ... لكن أحيانًا لا ينجح في ذلك.

الجدير بالذكر أن مؤسسة مُهذبون قامت بتقديم فقرة من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية بعنوان مهذبون والوعي الإعلامي، ولذلك تم إستعراض عددًا مما قامت بنشره بما يخدم الموضوع وبيان الحاجة إلى التربية الإعلامية في وقتنا الحالي.

رابعًا - المُلاحظة البحثية:

تبلورت المُلاحظة البحثية من خلال الإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة المُرتبطة، والأهمية الكبرى التي توليها المُنظمات والمؤسسات حول العالم بترسيخ مفهوم التربية الإعلامية، والإنفلات الإعلامي المُتنامي، والتقدم الهائل في مجال الاتصال والإعلام. كل ذلك جعل الحاجة إلى التربية الإعلامية ضرورة مُلحة في وقتنا هذا.

والأمل كل الأمل، أن يحظى مجال التربية الإعلامية باهتمام من قبل المُعلمين والمُتعلمين، الأباء والأبناء، وسائل الإعلام والعاملين بها، صناع القرارات التعليمية والإعلامية في عالمنا الإسلامي والعربي عامةً ومصرنا الحبيبة خاصةً، وأن يتحول هذا الكتاب مع ما سبقه من أدبيات وأبحاث ودراسات مُرتبطة إلى أدوات لإدخال التربية الإعلامية إلى المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، وإلى المؤسسات التعليمية والإعلامية.

الفصل الثاني

التربية الإعلامية، المفهوم والماهية

التربية الإعلامية، مدخل مفاهيمي

- أولاً- تحرير المفهوم وتطوره الزمني
  - التعريفات الصادرة عن مؤسسات ومنظمات
  - التعريفات الصادرة عن باحثين
  - الرؤية التقليدية لمفهوم التربية الإعلامية
  - الرؤية الحديثة لمفهوم التربية الإعلامي
- ثانيًا- إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام
  - التربية الإعلامية كشكل من أشكال التربية
- ثالثًا- تداخل المفهوم مع مفاهيم أخرى ذات علاقة

التطور التاريخي للتربية الإعلامية

- أولاً- التربية الإعلامية؛ بين النشأة والتطور
- ثانيًا- المؤتمرات الدولية الخاصة ببلورة مفهوم التربية الإعلامية
- ثالثًا- مستويات التربية الإعلامية

التربية الإعلامية، المفهوم والماهية

تطور مفهوم الإعلام في العصر الحاضر بشكل متسارع، وتطور تبعًا لذلك الفهم لطريقة عمل الإعلام، وكيف يتعامل الناس مع وسائل الإعلام، وللتربية الإعلامية تعريفات مُتعددة ذات مضمون مُتشابه ورؤية واحدة إجمالاً، فهي جميعًا تتفق في أنها تلك التربية التي تُقدم للفرد معرفة كيفية التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، وقد تعددت المُصطلحات المُستخدِمة للإشارة لمجال اكتساب الوعي والمهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام، فقد أشار محمد عبد الحميد (٢٠١٢، ١٠٤) أن هذا التداخل ظهر واضحًا في الأوراق المُقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض عام ٢٠٠٧م، بالرغم من الإشارة إلى ذلك من قبل؛ حيثُ أشار تقرير المؤتمر الدولي الثاني بجامعة تولز عام ١٩٩٠م إلى أن هناك الكثير من النقاش حول المفهوم الصحيح.

وتُعد التربية الإعلامية إطارًا عامًا يضمُ مهارات القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها في كافة أشكالها المطبوعة، والمرئية، والمسموعة. بالإضافة إلى أنها مدخلاً تربويًا يُمكن اعتماده – ضمن مداخل كثيرة – في القرن الحادي والعشرين. وتتعدد المُصطلحات المُستخدمة للإشارة إلى مجال اكتساب الوعي الإعلامي؛ أي مهارات التعامل مع وسائل الإعلام، ومنها: الثقافة الإعلامية، المعرفة الإعلامية، التعليم الإعلامي، التربية الإعلامية، محو الأمية الإعلامية، التوعية الإعلامية.

١. التربية الإعلامية، مدخل مفاهيمي:

تُشكل منظومة المفاهيم التربوية والإعلامية الهيكل البنائي الذي ينمو ويتطور في إطاره علم التربية الإعلامية، وتترابط تلك المفاهيم داخل الإطار البحثي الشامل لعلم التربية الإعلامية عبر علاقات الاستدلال المنطقي المُعتمدة في الأساس على المنهج الاستقرائي الذي ينطلق من المُلاحظات أو المُعطيات النظرية إلى الفروض أو الأفكار التي تُطرح للتفسير، ثُم يتحقق تجريبيًا أو إمبيريقيًا أو بالتحليل النظري من صحة الأطروحات، ومن ثُم تأسيس مستويات أعلى من المفاهيم والأفكار يندرج أسفلها المزيد من عناصر المجال.

فالمفهوم هو؛ وحدة بناء المعرفة، وقد نشأ مفهوم التربية الإعلامية كمجال بيني يتقاطع مع عدة مجالات، أهمها: التربية، والاتصال، والإعلام، والمعلوماتية، إضافة إلى ما تشمله تلك

المجالات من وسائل تُكنولوجية ووسائط مُتعددة، فالمدرسة كمؤسسة تربوية اجتماعية تعنى بتربية الأفراد في إطار مُتغيرات العصر بالشكل الذي يهدف للتكيف الإيجابي بين قيم المُجتمع وثوابته وثقافته من جهة وبين ضرورة الانفتاح على الآخر من جهة أخرى، والإعلام بوصفه الوسيلة الأقوى في القرن الحادي والعشرين للتأثير والترفيه في آن واحد، والتكنولوجيا التي تُعد سمة العصر بكل تفاصيله ومجالاته.

هذا التقاطع أثر بشكل واضح على بعض النقاط الرئيسية، أهمها:

- تحرير المفهوم وتطوره الزمني.
- إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام.
- تداخل المفهوم مع مفاهيم أخرى ذات علاقة.

وفيما يلي شرح لهذه النقاط بشئ من التفصيل.

أولاً- تحرير المفهوم وتطوره الزمني:

يجد الباحثين والمُتخصصين في مجال التربية الإعلامية عددًا من المفاهيم المُختلفة التي يتم تقديمها للقارئ كمُرادفات لمفهوم التربية الإعلامية، وتختلف مُسميات تلك المفاهيم حسب الجمهور المُستهدف، طبيعة الوسيلة، والمكان التي سيتم فيها تلك التوعية، وأيضًا وفقًا للسياق المُحيط بها، والمُحدد لهدفها، ومضمونها. ومع تعدُدَّ المفاهيم والمُسميات ذات العلاقة بالتربية الإعلامية، وكفايتها، ومع تنوع مُصطلحاتها، وسماتها؛ إلا أنها مُترادفات تُشير في جوهرها لمضمون ومعنى واحد، ومع ذلك هُناك فروق بين تلك المفاهيم والمُسميات، لذا كان من المُهم تحرير هذا المفهوم بشكل دقيق وبيان الفرق بينه وبين مفاهيم أخرى ذات علاقة به.

فإذا كان من الصعب تحديد معنى للتربية الإعلامية كمُصطلح، إلا أن هُناك مُصطلحين أساسيين، يتكرر استخدامهُما في الأدبيات والبحوث الأجنبية التي تبحث في التربية الإعلامية، وهما: التعليم الإعلامي والتربية الإعلامية؛ وهم: المُصطلحان الأكثر استخدامًا في أوروبا، ترجمة عن "Media Education". ومحو الأمية الإعلامية، أو المعرفية الإعلامية؛ وهو: الأكثر استخدامًا في كندا وأمريكا واستراليا والدول الأخرى الرائدة في هذا المجال، ترجمة عن "Media Literacy"، وهما مترادفان يشيران لنفس المعنى والمضمون (سماح الدسوقي، ٢٠٠٨، ١٢). أما في الأدبيات والأبحاث العربية فُيشيع استخدام مُصطلح التربية الإعلامية،

أوالثقافة الإعلامية، أو الوعي الإعلامي كترجمة حرفية للمُصطلح الأول "Media Education"، وترجمة ضمنية للمُصطلح الثاني "Media Literacy" باعتبار أن محو الأمية الإعلامية يُشكل ثقافة إعلامية.

وترى إبتسام الجندي (٢٠٠٩، ٤٦) أن"Media Literacy" يُعد المُصطلح الأساسي والشامل مقارنةً بالمُصطلحات الأخرى، فالبعض يرون أنها مهارة، وآخرون يرونها معرفة مُكتسبة، والبعض الآخر يرونها منظورًا للعالم، وقد تكون هذه الاختلافات بين الباحثين في رؤيتهم للتربية الإعلامية سببًا يؤدي إلى اختلاف التعريفات (Livingstone, 2007). وسببًا أخر لأهمية التربية الإعلامية. أما الجمعية الوطنية للتربية الإعلامية فتضع مُصطلح للتربية الإعلامية يجمع بين المَصطلحين السابقيين، وهو "Media Literacy Education"، ويُعد هذا المُصطلح أعم وأشمل لأن تعليم الإعلام يُعد جزءًا أساسيًا من التربية الإعلامية.

كما تهدف التربية الإعلامية إلى تكوين وعي نحو وسائل الإعلام؛ خاصةً الحديثة منها، فظهر مُصطلح التربية الإعلامية والمعلوماتية "Media and Information Literacy" أو مَصطلح التربية الإعلامية في زمن الإعلام الجديد "New Media Literacy Education" الناتجين من تلاحم كل من: الإعلام، والاتصال، والتربية، والمعلوماتية، وهذان المُصطلحان يُشيران إلى الكفاءات الأساسية (المعرفة، المهارات، المواقف) التي تُتيح للمواطنين التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات الأخرى على نحو فعال، وتطوير التفكير الناقد ومهارات التعلم مدى الحياة في سبيل تنشئة اجتماعية تجعل منهم مواطنين فاعلين؛ أي تكوين مهارات تسمح بالاستخدام الناقد والمبدع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال معًا للوصول إلى المضامين الإعلامية المُختلفة ثُم إعادة صياغتها وإنتاجها مرة أخرى بطريقة إبداعية مسئولة.

وهُناك العديد من صور المفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية، الكثير منها مُجسد في الوثائق المنهجية حول العالم، وعمليًا هناك تداخل كبير بينها، وظهر جليًا العديد من التعريفات التي أبرزت التطور الزمني للمفهوم؛ وذلك من خلال القراءات الاستطلاعية ومراجعة الأدبيات المُرتبطة سواء الغربية منها أوالعربية المتفاوتة في دلالاتها، سواء كانت تلك التعريفات صادرة عن مؤسسات أو منظمات، أو تلك التعريفات الصادرة عن باحثين ومُتخصصين في هذا المجال. وفيما يلي سرد لهذه التعريفات بشئ من التفصيل.

- **التعريفات الصادرة عن مؤسسات ومنظمات:**

هُناك العديد من التعريفات الخاصة بمجال التربية الإعلامية الصادرة من مؤسسات ومُنظمات، فيما يلي عرض لأبرزها، وذلك حسب التسلسل الزمني لها.

أورد عبد القادر بن الشيخ (٢٠٠٥، ٢٢) تعريف المجلس الدولي للفيلم والتلفزيون"IFTC: International Film and TV Council" عام ١٩٧٣م للتربية الإعلامية، بأنها: "دراسة وتدريس وسائل الاتصال والإعلام الحديثة باعتبارها جزًا من حقل معرفي له خصوصيته على المستوى النظري والعملي خلافاً لاستعماله وتوظيفه كوسيط مُساعد في الرياضيات والعلوم والجغرافيا". **ويلاحظ أن الجزء الاول من التعريف الخاص بدراسة وتدريس وسائل الاتصال والإعلام أقرب ما يكون إلى مفهوم الإعلام التعليمي، أما الجزء الأخير الخاص باستعماله وتوظيفه كوسيط مُساعد في الرياضيات والعلوم والجغرافيا أقرب ما يكون إلى مفهوم الإعلام التربوي.**

والتعريف السابق تم استكماله في مُلتقى خبراء اليونسكو في باريس عام ١٩٧٩م الذي أنتهى إلى تبني مفهوم التربية الإعلامية ليُغطي: كل طرق الدراسة والتعلُم والتدريس لكل المستويات والمراحل التعليمية (التعليم الأساسي، التعليم الثانوي، التعليم الجامعي، التعليم مدى الحياة) وفي كل الظروف، التاريخ، الابتكار، الإبداع، الاستخدام وتقويم الإعلام كممارسة وتقنيات، التأثيرات الاجتماعية، مضامين وسائل الإعلام، المُشاركة، والتكيف، وإدراكهم حول دور وسائل الإعلام الإبداعية والاقتراب من هذه الوسائل (Uuisco, 1984, 8).

وعرف إعلان جرانوالد "Grunwald Declaration, 1982" التربية الإعلامية، بأنها: "تؤسس لفهم نقدي لظاهرة الاتصال ووسائله لدى الأفراد، باعتبار أن التربية الإعلامية تعليم المعارف والمهارات والسلوكيات التي تُدعم وتُشجع نمو الوعي النقدي؛ وبالتالي رفع كفاءة مُستخدمي وسائل الإعلام".

وقد شمل هذا التعريف بعض المفاهيم الأساسية (Buckingham, 2001, 3)**، منها:**

- شمل مفهوم التربية الإعلامية كافة وسائل الإعلام – التقليدية والجديدة– من أجل وضع مفهوم أشمل للتربية الإعلامية، حتى لا يكون المفهوم قاصرًا على الوسائل التقليدية فقط.

- تهدف التربية الإعلامية إلى تدريس طبيعة وسائل الإعلام وليس التدريس باستخدام وسائل الإعلام، ومن ثم لا يجب أن نخلط بين التربية الإعلامية وبين تقنية التعليم.
- تهدف التربية الإعلامية على تنمية الفهم الناقد والمُشاركة الفعالة المسئولة، حتى يتمكن الأفراد من تفسير الرسائل الإعلامية بصورة سليمة ومن ثم إطلاق أحكام سليمة وفقًا لهذه الرسائل.

وعّرف تقرير توماس ١٩٩٠م التربية الإعلامية، بأنها: "المقدرة على القراءة ومُعالجة المعلومات، لكي تتم المُشاركة بشكل كامل في المُجتمع" (حسن عايل، ٢٠٠٧، ٨). أما المؤتمر القومي للتربية الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية ١٩٩٢م عرفها على أنها: "تنمية قُدرة الفرد على الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقويمها، وإنتاجها لأغراض مُتعددة عبر مختلف وسائل الإعلام" (Silverblatt, 2001, 9). وقد اتفق المشاركون في المؤتمر من خلال التقرير الختامي للمؤتمر "A report of the National Leadership Conference on Media literacy" على أنها: "قُدرة المواطن على الدخول للمعلومات، وتحليلها، وإنتاجها لأغراض مُحددة"، إذا يحمل هذ التعريف وعدًا للأفراد بقيادتهم لحياة أكثر خبرة (Aufderheid, 1992, 6).

ويُعد هذا التعريف هو الأكثر تداولاً وقبولاً في الدراسات التربوية، والذي تعتمده الأنظمة التربوية المُهتمة بالتربية الإعلامية في تطبيقاتها المُختلفة حسب رؤية كل نظام وإمكاناته، فقد جمع بين **هدف الحماية وهدف التمكين** مع إضافة عنصر الإنتاج كعنصر أساسي للتربية الإعلامية. ويتفق الكثير من الرواد والباحثين على أن هذا التعريف يؤكد على أن المُتلقي **"مُستخدم نشط"** يكون فيه متعلمًا وعاملاً، وهو يتضمن مهارات التعليم التقليدية ومهارات التفكير العليا.

ويعّرف معهد أسبن التربية الإعلامية "Aspen Institute, 1993"، بأنها: "القدرة على الوصول بشكل استراتيجي إلي الرسائل الإعلامية، وتحليلها ونقلها بصيغ عديدة ومتنوعة" (Hobbs, 1998). وهو التعريف المُستخدم على نطاق واسع، فوظيفة التربية الإعلامية تكمُن في تعلُم المهارات العملية لكيفية قراءة الرسائل الإعلامية (Antonio, 2013, 4). ويُعرفها المجلس القومي لوسائل الإعلام اللاسلكية بالولايات المُتحدة الأمريكية، بأنها: "القدرة على الاختيار، والفهم **– في سياق المضمون والشكل والتأثير والصناعة والإنتاج–** والقدرة على السؤال،

والتقويم، والإعداد، والإنتاج والاستجابة القائمة على التفكير العميق لوسائل الإعلام التي نستهلكها". وهو ما يؤكد أن التربية الإعلامية هي تعرض واعٍ ويقظ لوسائل الإعلام، وحكم قائم على التأمل وعمق التفكير (Silverblatt, 1995).

ويُعرفها مكتب التربية العربي لدول الخليج (١٩٩٩، ٨٩)، بأنها: "التربية الناتجة عن استخدام وسائط الإعلام". أما مؤتمر فيينا (١٩٩٩، ١) يُعرف التربية الإعلامية، بأنها: "التعامل مع جميع وسائل الإعلام التي تُقدِّمها تقنيات المعلومات والاتصال المُختلفة، فهي تُمكِّن أفراد المُجتمع من اكتساب الفهم المُتقدِّم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تُستخدم في مُجتمعهم، وكذلك فهم الطريقة التي تعمل بها، واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بالآخرين".

من خلال هذا التعريف، نجد أن التربية الإعلامية تضمنُ تعلم أفراد المُجتمع للآتي:

- كيفية تحليل وتقديم انعكاس لآرائهم النقدية؛ وكذلك إنتاج النصوص الإعلامية.
- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية والمقاصد السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية منها، وكذلك السياق الذي وردت فيه.
- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تُقدم من خلال وسائل الإعلام.
- اختيار وسائل الإعلام المُناسبة للتعبير عن رسائلهم الخاصة أو قصصهم بما يكفل وصولها للجمهور المُستهدف.
- الوصول إلى وسائل الإعلام أو المطالبة بالوصول إليها بهدف التلقي أو الإنتاج.

وعرفت ندوة أشبيلية (٢٠٠٢، ١-٢) التربية الإعلامية، بأنها: "التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، وأهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي تَرِد فيه؛ ذلك يشمل التحليل الناقد للمواد الإعلامية، وإنتاج هذه المواد، وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها، إضافة إلى أن هذا المفهوم يرتبط بالتعليم والتعلُّم عن الإعلام ووسائله المُختلفة وليس مُجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام". **من هذا التعريف يتضح أن تفعيل التربية الإعلامية يتطلب تعليماً رسمياً وغير رسمي.**

ويُعرفها مركز التربية الإعلامية (CML: Center of Media Literacy, 2003) بالولايات المُتحدة الأمريكية، بأنها: "المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل

الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلاً من أن يكون سلبيًا ومعرضًا للاختراق". أما المُنظمة الدولية للتربية الإعلامية (NAMLE: National Association for Media Literacy Education, 2006) تُعرفها، بأنها: "القدرة على المعرفة وتحليل وتقييم وتوصيل المعلومات بطُرق مُختلفة مُتداخلة بطبيعتها، وهى تُمثِّل رد فعل طبيعي ودافعي للبيئة المُعقّدة الإلكترونية والإعلامية التي تُحيط بنا".

ويُعرف NMC: New Media Consortium, 2006 التربية الإعلامية، بأنها: "مجموعة القدرات والمهارات التي تتداخل فيها الثقافة الشفهية والمكتوبة والبصرية والرقمية" (Henry et al, 2006, 19). كما يُعرِّفها دليل الثقافة الإعلامية (٢٠٠٧)، بأنها: "التربية التي تهدف إلى تعلُم الطلاب كيفية قراءة الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقييمها، وإبداعها بمجموعة متنوعة من الأشكال". وعرفها المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض (٢٠٠٧)، بأنها: "عملية ذات طابع تمكيني تفاعلي، تُمكن النشء من تنمية مهارات التعامل لفهم الثقافة الإعلامية التي تُحيط بهم مما ينعكس على حُسن الانتقاء والتعامل مع وسائل الإعلام وأيضًا المشاركة فيها بصورة فاعلة".

وأوضح دليل التربية الإعلامية للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين، الذي وضعته اليونسكو عام ٢٠٠٦م أن التربية الإعلامية، هي: عملية تعليم وتعلُم عن وسائل الإعلام. وأن المعرفة الإعلامية هي النتاج لهذا التعليم والتعلم.

ويُعرف مؤتمر التربية الإعلامية بالكويت (٢٠٠٧) التربية الإعلامية، بأنها: "تربية تختص بتقديم إطار علمي، وأصول تدريس منهجية للثقافة الإعلامية التي تُساهم في بناء مواطن القرن الحادي والعشرين، فهي تعني بتنمية أساليب التفكير الناقد وتنمية مهارات المُتعلم في البحث والتحقق والتحليل والتقويم لكل ما يُعرض عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى تدريبه على مهارات التواصل كالتعبير والإنتاج باستخدام فنون وأدوات وسائط الإعلام المتنوعة". وذلك التعريف يعمل على تعميق الفهم العام لدور وسائل الإعلام في المُجتمع، بالإضافة إلى إمداد المواطن بالمهارات الأساسية اللازمة لتحقيق الفهم الكامل للحقائق وتوافر القدرة على التعبير عن الذات (Toman & Joltz, 2006)، ومن ثم تُوصف التربية الإعلامية، بأنها: "التربية التي يُصبح بموجبها الفرد على درجة من الثقافة الإعلامية، ومن ثم يُصبح قادرًا على الفهم الناقد لطبيعة وأساليب وتأثير الرسائل الإعلامية" (Media Literacy Week, 2009).

وعرف الاتحاد الأوروبي (Euro Media Literacy, 2009) التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام والفهم والتقييم الناقد للمضامين الإعلامية، بالإضافة إلى القدرة على إنتاج مجموعة متنوعة من الرسائل في العديد من السياقات".

نستنبط من هذا التعريف، أنه يقوم على عناصر ثلاثة، وهي:

- الوصول إلى: وسائل الإعلام والمضامين الإعلامية.
- المدخل النقدي: القدرة على فهم الرسائل الإعلامية والوعي بتأثيرات وسائل الإعلام.
- الإنتاج الخلاق: القدرة على الاتصال أو مهارات الإنتاج الإعلامي.

وعرفت مُنظمة اليونسكو التربية الإعلامية في تعريف أخر أورده Perez Totnero (2010, 75)، بأنها: "الجهود التربوية والتعليمية لتطوير بعض المعارف والمهارات المُرتبطة بوسائل الإعلام". **يلاحظ أن هذا التعريف أقرب ما يكون إلى الإعلام التربوي.** ويعّرف الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات (IFLA, 2011) التربية الإعلامية، بأنها: "المعرفة والسلوكيات ومجموعة المهارات اللازمة للوصول إلى المعلومات، وكيفية تحليلها ونقدها وترتيبها بعد الحصول عليها، وكيفية استخدامها بصورة أخلاقية".

- **التعريفات الصادرة عن باحثين:**

بناءًا على التعريفات التي وضعتها المؤسسات والمنظمات؛ صاغ العديد من الباحثون والمُتخصصون بعض من التعريفات الخاصة بموضوع التربية الإعلامية، تُعبر كل منها عن توجه واهتمام واضعه، ومن أهم هذه التعريفات وذلك حسب التسلسل الزمني، ما يلي:

تعريف إسماعيل دياب (١٩٩٠، ١٠) للتربية الإعلامية، بأنها: "جميع الجهود والأنشطة الإعلامية الواعية والهادفة – خاصة الرسائل الإعلامية– التي تبثها وسائل الإعلام، والتي تُساعد على بناء الإنسان المُسلم وإعداده من جميع النواحي، ومنها النواحي: الروحية، والعقلية، والأخلاقية، والاجتماعية، والاقتصادية؛ ليتمكن من حُسن إدراك مسئوليته وأداء رسالة مُجتمعه الإسلامي وأفراده، والتي كلفه بها الله سبحانه وتعالى". **يلاحظ على هذا التعريف أنه يقترب من مفهوم الرسالة الإعلامية التربوية.**

ومن التعريفات المُبكرة والدقيقة والمُركزة للتربية الإعلاميــة التعريــف الــذي أوردة Silverblatt (1995, 8)، وهو أحد الرواد الأوائل في هــذا المجــال وجــاء فيــه أن التربيــة الإعلامية، هي: "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمُجتمــع وفهــم عمليــة الاتصــال الجماهيري وتطوير إستراتيجيات تُمكننا من تحليل ومُناقشة الرسائل الإعلامية وتنمية الاستمتاع الجمالي والفهم والتقدير لمضمون وسائل الإعلام". ويعرف علي فلبمــان (١٩٩٥، ٤٥٦) التربيــة الإعلامية، بأنها: "العملية التي يُمكن بها توظيف وسائل الإعلام المُختلفة؛ لاســتغلال البــرامج الإعلامية كأسلوب جديد في بث مضمون تربوي تعليمي، يُتيح تقديم المعلومات باختلاف أنواعها وأشكالها ومصادرها، والحصول عليها بطريقة مُنظمة وميسرة، تُلبي حاجات الأفراد والمُجتمــع من المعارف والخبرات". **يلاحظ على هذا التعريف أنه أقرب ما يكــون إلى مفهــوم الإعــلام التعليمي.**

وفي تعريف بسيط للتربية الإعلامية، يُعرفها محمد منير (١٩٩٥)، بأنهــا: "الواجبــات التربوية لوسائل الإعلام". **يلاحظ على هذا التعريف أنه أقرب ما يكــون إلى مفهــوم الإعــلام التربوي.** وعرف محمد عبد الحميد (١٩٩٥، ٢٣) التربية الإعلامية، بأنها: "تعليم فنــون الإعــلام لطُلاب المؤسسة التعليمية". ويُعرفها Paul Messaris (1998)، بأنها:"معرفة كيف تعمل وسائل الإعلام في المُجتمع" (Rubin, 1998, 3-4). **ويُلاحظ أن التعريفات السابقة أقتصرت على تعليم الإعلام.**

ويُعرف كل من Justin Lewis & Sut Jhally (1998, 109-120) التربية الإعلامية، بأنها: "فهم العوامل الثقافية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية المؤثرة في إنتاج وتوزيع وإبداع رسائل وسائل الإعلام". أما Mc Brian (1999, 33)، فيعرف التربية الإعلامية، بأنهــا: "تعلــيم الطلاب كيفية تقويم الصورة الإعلامية التي تُحيط بهم وتزويدهم بالإمكانــات لاتخــاذ خيــارات مسئولة عن ما يسمعونه ويرونه". ويُعرفها كل من اللقاني والجمل (١٩٩٩، ٧٥)، بأنها: "إعطــاء الطالب قدرًا من المعارف والمفاهيم والمهارات الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفيــة الاســتفادة من المعارف المتوفرة فيه".

ويعرف James Brown (2001, 681) التربية الإعلاميــة، أنهــا: "الفهــم التحليلــي الانعكاسي التأملي لما تُقدمه وسائل الإعلام المُختلفة، بما في ذلك الأفلام ومكوناتهــا الجماليــة

والسياق الاقتصادي والاجتماعي للمضمون الإعلامي، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام لإعداد مُنتجات مسموعة ومرئية، والتمكن من التأثير على صناع القرار". ويُعرف Abdullah (2001) التربية الإعلامية في تعريف أكثر تفصيلاً، بأنها: "اكتساب القُدرة على الفهم النقدي، والسؤال والتقويم لكيفية عمل وسائل الإعلام وإنتاجها للمعنى، وكيف يتم تنظيمها، وكيف تعُدل وتبني الحقيقة، وكيف تؤثر في حياتنا، وربما تتضمن القدرة على الإنتاج الإعلامي". **وهو ما يُشير لعناصر وأهداف التربية الإعلامية بشكل أكثر تفصيلاً.**

ويُعرف كل من Terikwal & Michael Gamble (2002, 59) التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على أن نُفسر بوعي كامل وانتباه المعاني والتأثيرات الإيجابية والسلبية لرسائل وسائل الإعلام التي تواجهنا". أما Wilson (2002)، فقد عرف التربية الإعلامية بمفهومها البسيط، بأنها: "تمكين الفرد من أن يقرأ ويكتب ويُفسر رسائل الإعلام المتنوعة". ويعرفها Henry (2003, 127)، بأنها: "القدرة على الوصول وتحليل وسائل الاتصال المُتعددة الأشكال من وسائل مقروءة ومكتوبة وتمكين الشخص من التفكير النقدي حول ما نرى ونسمع ونقرأ في الكتب والصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والسينما والإعلانات، وكذلك تعليم الفرد كيفية إنشاء الرسائل باستخدام الوسائل المطبوعة والسمعية والمرئية والوسائط المُتعددة".

ويضع كل من: عبد اللطيف حمزة، ومحمد عبد الحميد، وأمال سعد (٢٠٠٣، ٢١-٣٢) تعريف للتربية الإعلامية على أنها: "تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطالب فى مراحله المُتقدمة بما يؤدى إلى تكوين حس نقدي سليم يجعله يستطيع اختيار الرسائل الإتصالية بفهم ووعى". كما تُعرف هبة الله السمرى (٢٠٠٤، ٣٢) التربية الإعلامية، بأنها: "قُدرة الطفل على فهم كيف تعمل وسائل الإعلام المُختلفة، وكيف تُنظَم، وكيف يتم إعداد المادة التي تُقدم من خلالها، وكيف يتم استخدامها بحكمة؛ أي كيف يُمكن لنا أن نخلق من الأطفال مُفكرين ناقدين ومنتجين ومبدعين للعديد من الرسائل التي تستخدم الصوت والصورة واللغة".

ويُعرف كل من Strasburger& Wilson (2004) التربية الإعلامية، بأنها: "تمكين الفرد من أن يقرأ ويكتُب ويُفسر رسائل الإعلام وينتُج معنى، وكيف يتم تنظيمها، وكيف تُعدل وتبنى الحقيقة، وكيف تؤثر في حياتنا، وربما تتضمن القدرة على الإنتاج الإعلامي". وتُعرفها

حنان يوسف (٢٠٠٤، ١٠٧)، بأنها: "فنون الاتصال لطلاب المؤسسات التعليمية مع مُلاحظة أنها نشاط حر لا يعتمد على حصة دراسية، وله منهج ونشاط يُمارس في مؤسسات تعليمية؛ ويُمكن أن يندرج تحت مُسمى تربية إعلامية، كل من: صحافة، وإذاعة مدرسية، ومسرح مدرسي، وأنشطة خاصة بالاتصال المباشر، مثل: المحاضرات، ندوات، مناظرات، معارض". **ويُلاحظ أن ذلك التعريف يتداخل مع مفهوم الإعلام المدرسي.**

ويُعرف عبد الله الزلب (٢٠٠٥، ١٢٢) التربية الإعلامية، بأنها: "شكل من أشكال التعليم واكتساب المهارات، يهدف إلى إكساب الطلبة حسًا نقديًا بشأن كل إنتاج إعلامي قد يعترضهم، وكيفية التعامل مع هذا التدفق الهائل من الرسائل الإعلامية يوميًا وتمكينهم من الاختيار المتميز والملائم". ويُعرفها Me Dermott (2005, 85)، بأنها: "تكوين القُدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه، فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط؛ بل يجب أن يتعدى إلى المُشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوي الإعلامي".

وترى Thoman (2007)، التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على تفسير وخلق المعاني من آلاف الرسائل التي نتلقاها كرموز مرئية أو لفظية كل يوم من التلفزيون والراديو والكمبيوتر والجرائد والمجلات والإعلانات، وتعني أيضًا القدرة على الاختيار والانتقاء من هذه الرسائل والقدرة على أن تكون واعيًا بما يدور حولك وألا تكون سلبيًا أو عُرضة للتأثر برسائل وسائل الإعلام".

ويعرف سعيد حارب (٢٠٠٧) التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على الحكم على المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتُشكل مُعتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكياتهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم". ويُعرف محمد الحيزان (٢٠٠٨) التربية الإعلامية، بأنها: "تعليم وسائل الإعلام وأساليبها من أجل توظيفها في المجال التربوي". **ويُلاحظ أن ذلك التعريف يتداخل مع مفهوم تعليم الإعلام والإعلام التعليمي.**

أما José Manuel (2008, 103)، فيُعرف التربية الإعلامية، بأنها: "الأسلوب الذي يُستخدم لتوضيح مهارات وقدرات الطلبة التي تتطلب الوعي بالتعليم المُتطور في مجال بيئة الاتصالات الحديثة مثل التعليم الإلكتروني والوسائط المُتعددة في مُجتمع المعلومات". ويُعرف

أبو فودة (٢٠٠٨) التربية الإعلامية، بأنها: "عملية تهدف إلى تعليم الطلاب وتدريبهم على التعامل مع محتوى الإعلام في الانتقاء والإدراك، وتجنب الآثار السلبية، والاستفادة من الآثار الإيجابية، بحيث يتحرر الفرد من الانبهار بالتكنولوجيا، ويكون أكثر إيجابية وترفعًا عن منطق السهولة، وأكثر وعيًا ومسئولية في انتقاء مُنتجات العملية الإعلامية".

وتُعرفها سماح الدسوقي (٢٠٠٨، ١٢)، بأنها: "إكساب الطلاب المعارف والاتجاهات والمهارات الإعلامية التي تُمكنهم من القدرة على الدخول والاستخدام الجيد لوسائل الإعلام المُختلفة، والفهم للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقويمها وإنتاجها بمُختلف أشكالها، بهدف تنشئتهم كمواطنين إيجابيين ونشطين وناقدين في تعاملهم مع الإعلام بمختلف وسائله".

ويُعرف كل من Brook Erin Duffy& Joseph Turow (2008, 42) التربية الإعلامية، بأنها: "مجموعة من وجهات النظر التي نستخدمها بنشاط للكشف عن أنفسنا إلى وسائل الإعلام لتفسير معنى الرسائل التي نستقبلها، ويُمكن أن نبني وجهات نظرنا من أُسس معرفية، وللقيام بذلك يجب أن نكون بحاجة إلى أدوات ومواد خام ألا وهي مهارتنا التي تتبع وسائل الإعلام المعروضة علينا". **ويُقصد بالاستخدام الفعال أن نكون على دراية كاملة بالرسائل الإعلامية والتفاعل معها، وهناك اتجاه أساسي للتربية الإعلامية مُتمثل في انتقاد وسائل الإعلام والتركيز على آثاره السلبية، فإنها تُشير إلى أن الناس بحاجة أن تكون أكثر حرصًا ووعيًا بوسائل الإعلام.**

ويُعرف عصام جابر (٢٠٠٨، ١٧٩) التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على تقييم قوة المرئيات والمؤثرات الصوتية والرسائل واستخدام تلك القوة لمواجهة وتحويل الرسائل الرقمية ومن ثم الاتصال بشكل مؤهل لنشرها وإعادة تكييفها بصيغ جديدة". ويُعرفها Carlsson, et al (2008, 181)، بأنها: "التوظيف الأمثل لوسائل الاتصال الجماهيري في إنجاز الأهداف التعليمية المُحددة بواسطة التعليم، ومن أهدافها المُشاركة في نشر القيم وتعاليمها، ودعم تراث التعليم ونشره". **ويُلاحظ أن ذلك التعريف يتداخل مع مفهوم الإعلام التعليمي والإعلام التربوي.**

ويرى عبد الجبار دولة (٢٠٠٩، ٢٣) أن التربية الإعلامية، هي: "إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية". **ويُلاحظ أن ذلك التعريف يتداخل مع مفهوم تعليم الإعلام والإعلام**

التربوي. أما إيناس حويل ورباح عبد الجليل (٢٠٠٩، ١١) يعرفونها، بأنها: "العملية التي يتم من خلالها تنمية قُدرة الطلاب على فهم وتحليل واستخدام وتقييم الرسائل الإعلامية التي تبُثها وسائل الإعلام المُختلفة، ومنها: المقروءة، والمسموعة، والمرئية، والرقمية، وكذلك قدرتهم على إنتاج وإبداع الرسائل الإعلامية الخاصة بهم".

ويعرفها طلال بن عقيل (٢٠٠٩)، بأنها: "عملية تمكين القُدرة لدى المُتعلم على قراءة الرسالة الإعلامية وتحليلها وتقويمها والمُشاركة في إنتاجها في ضوء منظومة القيم السلامية". وتعرف هناء العمودي (٢٠٠٩، ١٤) التربية الإعلامية، بأنها: "تربية الطالب على الإيجابية في تلقي المادة الإعلامية، بحيث يكون قادرًا على الاستفادة العلمية من الوسائل الإعلامية وعلى إبداء وجهة نظره في المواضيع المطروحة عبرها، وتكوين رؤية ناقدة لديه لما يُعرض في الوسائل الإعلامية بطريقة موضوعية، وتشجيعه على المُساهمة الإعلامية البناءة بما يخدم العلم والمُجتمع".

كما تُعرف كل من ليلى رشاد، وعلياء يحيى (٢٠٠٩، ٩)، التربية الإعلامية بأنها: "كل ما تبثه وسائل الإعلام المُختلفة من رسائل إعلامية مُلتزمة، تسعى للقيام بوظائف التربية في المُجتمع، من نقل للتراث الثقافي، وغرس لمشاعر الانتماء للوطن؛ بحيث تتمكن مُختلف فئات المُجتمع من إدراك المفاهيم، واكتساب المهارات، والتزود بالخبرات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك". ويضع فهد الشميري (٢٠١٠، ٩) مفهومًا بسيطًا للتربية الإعلامية، وهو: "مهارة التعامل مع الإعلام".

أما رشا عبد اللطيف (٢٠١١، ٧٣) فتُعرف التربية الإعلامية، بأنها: "القدرة على إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية بشكل نقدي، وتفسير ما تحتويه من قيم ومعاني، والتعرف على مصادر معلومات هذه الرسالة الإعلامية، ومعرفة أهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، وكيف يتم مُعالجتها فنيًا أو جماليًا، بالإضافة إلى التفاعل معها وعدم التعرض لها سلبيًا، ومعرفة تأثيراتها على الفرد والمُجتمع، ومعرفة ماهية وأيدلوجية والسياسة التي تقوم عليها المؤسسات الإعلامية".

ويُعرفها إسماعيل عبد الفتاح (٢٠١١، ٢٠)، بأنها: "العملية التي تهدف لتعليم الطلاب وتدريبهم على التعامل مع محتوى الإعلام في الانتقاء والإدراك وتجنب الآثار السلبية والاستفادة

من الإيجابيات؛ بحيث يتحرر الفرد من الانبهار بالتكنولوجيا ويكون أكثر وعيا ومسؤولية في انتقاء المُنتجات الإعلامية". وتُعرفها هناء عبده، وآخرون (٢٠١١)، بأنها: "التربية التي توفر للنشء القدرة على نقد وتقويم وبناء الاتجاهات نحو وسائل الإعلام".

وذلك يتحقق من خلال هدفين: **الأول-** بناء الفكر الاتصالي لدى المُتعلم بالشكل الذي يجعله مُدركًا بجوانب العملية الاتصالية، وهي مهارة القراءة والاستماع ثم الكتابة ثم الحوار، وبذلك يقف المُتعلم على أولى مراحل تقييم العملية الاتصالية التي يُشارك فيها أو يلاحظها. **أما الثاني-** مُتمثل في بناء الفكر النقدي للعملية الإعلامية، باعتباره القاعدة الأساسية للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام ومحتواها، ومن خلال الفكر الناقد يُمكن امتلاك أدوات الانتقاء أو الاختيار ثم الاستفادة الإيجابية وتجنب التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.

وتُعرف ماجدة السيد (٢٠١١، ٢٥) التربية الإعلامية، بأنها: "عملية تهدف إلى تعليم الطلاب وتدريبهم على التعامل مع محتوى الإعلام بانتقاء الآثار السلبية وتجنبها، والإفادة من الآثار الإيجابية، وجعلهم أكثر وعيًا ومسئولية في انتقاء مُنتجات العملية الإعلامية". ويُعرف محمد عبد الحميد (٢٠١٢، ١١٨) التربية الإعلامية في تعريف آخر له، بأنها: "الجهود المُخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقها الاتصالية عليها، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل، والمُشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المُجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية".

ويُعرفها خالد المطيري (٢٠١٢، ١١)، بأنها: "الإجراءات والعمليات التي تهدف إلى تنمية قُدرة الأفراد على تحليل وسائل الإعلام ونقدها، لاختيار ما يتفق مع حاجتهم بالتحليل الناقد للرسائل المتلقاه، والمشاركة الفاعلة في إنتاجها بما يسهم في نمو المُجتمع وتطوره". ويعرف James Potter (2013, 13) التربية الإعلامية، بأنها: "المنظور الذي من خلاله نُعرض أنفسنا لوسائل الإعلام، كي نُفسر معاني الرسائل التي نتعرض لها، وذلك لبناء المعرفة باستخدام الأدوات والمواد الخام، وتُعد مهارتنا بمثابة هذه الأدوات، أما المواد الخام فتتمثل في المعلومات التي نحصل عليها من خلال وسائل الإعلام والعالم الحقيقي".

ويُعرف صدقي موسى (٢٠١٣) التربية الإعلامية، بأنها: "فهم الجمهور لآليـــة عمـــل الإعلام والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا، وطريقة استخدام الإعلام بصورة حكيمة وإيجابيـــة". وتُعرف شريفة رحمة الله (٢٠١٣، ٦٤) التربية الإعلامية، بأنها: "تعلم فنون الاتصال والتـــدريب على المهارات الاتصالية بهدف بناء فكر ناقد للمضامين الإعلامية التي نتعرض لهـــا، والعمـــل علي تطويرها". أما العويفي (٢٠١٣، ٢١) فيُعرف التربية الإعلامية، بأنها: "تدريب الطالب علـــى الفهم والمُشاركة والنقد البناء للوسائل الإعلامية المُختلفة وتربيته على الاستفادة منها وتحصـــينه من سلبياتها بطريقة مقبولة".

وتُعرف أسماء بكر (٢٠١٤، ٨) التربية الإعلامية، بأنها: "الطريقة التي تُساعدنا علـــى حُسن استخدام مهارات التفكير الناقد وتكوين الحُكم الذاتي بشأن الرسائل الإعلاميـــة وتحصـــين النشء من الرسائل السلبية لوسائل الإعـــلام. وتُعـــرف قمـــراء الســـبيعي (٢٠١٤، ٩) التربيـــة الإعلامية، بأنها: " المفاهيم والمهارات المُناسبة لطالبات المرحلة الثانية التي تُمكنهم من تكـــوين الرؤية الناقدة لديهن في مضـــامين الرســـائل الإعلاميـــة المســـموعة والمقـــروءة؛ كالأخبـــار، والمعارف، والخبرات، والآراء، والتجارب، ومشاهد الفيديو، والمقاطع الصوتية المتداولة مـــن خلالها، بحيث تستمتع وتقرأ فتُفسّر، وتُحلل، وتستنتج، وتُميّز، وتُقوّم بموضوعية ودون تحيز".

ويُعرفها أحمد جمال (٢٠١٥، ١٨)، بأنها: "قُدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، من فهم وتحليل ونقد وتقييم وتقويم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمســـاهمة في تطوير إدراكهم ومشاركتهم في إنتاج مضامين إعلاميـــة مســـئولة وتخزينهـــا، والارتقـــاء باهتماماتهم، وهي تُمثل رد فعل طبيعي ودافعـــي للبيئـــة الإعلاميـــة المُعقـــدة، والمســـتحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم".

وإجمالاً فقد ركزت تعريفات التربية الإعلامية على مهارات التعرض النقدية لوســـائل الإعلام، وأن أهم مهارتها تشمل الفهم التحليلي والتأملي لوسائل الإعـــلام، كمـــا تشـــمل فهـــم المكونات الفنية والجمالية، وفهم أبنية المؤسسات الإعلامية، والسياق الاقتصـــادي والاجتمـــاعي لها، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام في إعداد مواد مسموعة ومرئية، والتـــأثير علـــى مُتخذي القرارات في وسائل الإعلام (عبدالرحيم درويش، ٢٠٠٦، ١٨٩). كما يتضح أن مفهـــوم التربية الإعلامية أصبح راسخًا وضروريًا في العمل التربوي والتعليمي والإعلامـــي، فالتربيـــة الإعلامية هي "تعليم مُستمر ومتواصل مع الفرد طوال حياته لا يُطبقه في يومه فقط إنما في غده

أيضًا، وهي ليست قاصرة على عمر محدد، أو طبقة دون الأخرى، أو بلد معين، ولا تبدأ أو تتوقف عند مرحلة دراسية. فهي مُستمرة لكل سن ولكل فرد ولكل مُجتمع لا تتوقف عند نقطة مُحددة يُمكن القول عندها إن الشخص اكتمل تعليمه إعلاميًا. فهو تعليم يبدأ من الصغر ويطبق باستمرار حيث يُصبح جزءًا من تكوين الإنسان مع تزايد نموه (Potter, 2001, 7).

مما سبق يتضح أن مهارات التربية الإعلامية لازمة للحياة العامة وليست خاصة بالحياة العلمية، وأن مهاراتها متطورة بتطور التقنية المُستخدمة في وسائل الإعلام؛ لذلك فهي تُعد إحدى مهارات القرن الحادي والعشرين المطلوبة للنجاح والتعايش في مُجتمع اليوم بكل تحدياته والمُستقبل بكل تغيراته. **ويتبين أيضًا من استعراض التعريفات السابقة التقارب فيما بينها؛ حيث تتمحور هذه التعريفات حول مجموعة من العناصر، يُمكن تحديدها فيما يلي:**

- أن التربية الإعلامية عملية موجهة ومقصودة للتعامل الواعي مع وسائل الإعلام.
- أنها عملية مُستمرة وتراكمية تشمل جميع المراحل العمرية للفرد، بل وتشمل جميع الفئات المُجتمعية.
- تتكون التربية الإعلامية من شقين – **البناء التكاملي -** ، الأول معرفي؛ ويضم معارف تربوية وإعلامية، والثاني مهاري؛ كإكساب الأفراد عدد من المهارات كالوصول للمضامين الإعلامية وتحليلها وإنتاجها وتشاركها، ويُمكن أن يكتسب الأفراد الشقين وتنميتهم وتطويرهم.
- أن التربية الإعلامية تسعى لإكساب الأفراد السلوك الواعي إعلاميًا.

بعد استعراض التعريفات الخاصة بالتربية الإعلامية، يُمكن القول أن هناك رؤيتين لمفهوم التربية الإعلامية، الأولى تقليدية، والأخرى حديثة، يتم استعراضهم على النحو التالي:

- **الرؤية التقليدية لمفهوم التربية الإعلامية:**

بعد استعراض التعريفات الخاصة بالتربية الإعلامية، نجد ان هُناك تفاوت شاسع بين مدلولات تلك التعريفات وتباين مضامينها، ربما يعود ذلك إلى حداثة الأبحاث والدراسات في مجال التربية الإعلامية خاصةً العربية، واتساع هذا المفهوم، وتداخله في كثير من مجالات الأنشطة والعلاقات الإنسانية، وتباين وجهات نظر ومذاهب الباحثين فيه، ومن ذلك يتضح بأن مفهوم التربية الإعلامية لم يحظى بالإجماع بين المُتخصصين، لذلك جاءت بعض التعريفات مُتداخلة مع مفاهيم آخرى ذات علاقة بمجال التربية والإعلام، وغلبت على تلك التداخلات

النظرة التقليدية بين الإعلام بوسائله مع التربية وأهدافها. فتعددت التعريفات التي تناولت التربية الإعلامية في ضوء الرؤية التقليدية للمفهوم، منها على سبيل المثال: ما أورده عبد القادر بن الشيخ عن مُنظمة اليونسكو للتربية الإعلامية، وتعريف مكتب التربية لدول الخليج العربي، وتعريف محمد منير.

ويلاحظ أن التعريفات ذات الطابع التقليدي، تتميز بما يلي:

- التداخل بين مفهوم التربية الإعلامية وبعض المفاهيم المُشابهة، ومنها: الإعلام التربوي، الإعلام التعليمي، التقنيات التربوية، التربية التي تُحدثها وسائل الإعلام، الإعلام المدرسي.
- تركيز التعريفات التقليدية على التعليم بواسطة الإعلام، وهو ما يُطلق علية الإعلام التعليمي.
- غياب التركيز بصورة مُباشرة على المُتلقي للإعلام ودورة التفاعُلي؛ بل تُركز على التقنيات الوظيفية التي تؤديها المؤسسات التربوية أو الإعلامية.
- اقتصرت مُعظم التعريفات التقليدية على قضية واحدة من القضايا التالية:
  - التربية أو التعليم من وسائل الإعلام.
  - التربية بواسطة وسائل الإعلام أو توظيف وسائل الإعلام في التربية.
  - الوظيفة التربوية للإعلاميين وإعدادهم لها.
  - مصدر التربية الإعلامية من خلال أنشطة الإعلام المدرسي.

كل هذه القضايا مُلحة ومهمة، ولكنها لا تُشير صراحةً إلى موقف المُتعلم / المتلقي من تلك الوسائل الإعلامية ومضامينها وتمكينه من التعامل الواعي مع الإعلام، إضافة إلى مواكبة التسارع المعرفي الإعلامي والاستفادة من إيجابيته وتلافي سلبياته داخل المؤسسة التربوية أو خارجها وهو ما لم تلتفت إلية المفاهيم السابقة بشكل مباشر.

- **الرؤية الحديثة لمفهوم التربية الإعلامية:**

في ظل المُتغيرات المُعاصرة والمُتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كان لابد من مفهوم للتربية الإعلامية يُساير هذه التغيرات ويتجاوز تلك المفاهيم الضيقة إلى مفهوم أوسع وأشمل، يستوعب ما سبق ويركز على المُتلقي للرسالة الإعلامية، وموقفه من المضامين التي تحملها وتنقلها وسائل الإعلام، والمحملة بقيم وأيدلوجيات مرسليها. فجاءات تعريفات

أخرى مواكبة لتلك التطورات المُتسارعه في الجانب الإعلامي التي أفقدت التربية السيطرة على الإعلام ووسائله - **كما كان يُعتقد-** فجاءت تلك التعريفات الحديثة لتدعو إلى منهجية التعامل الواعي مع الإعلام ومضامينه ووسائله بدلاً من محاولا الاستفادة منه والوصايا علية التي لم تعُد ذات قيمة في الوقت الراهن. ومن أبرز تعريفات التربية الإعلامية في ضوء الرؤية الحديثة للمفهوم، وهي الأكثر شمولاً ووضوحًا، وتحديدًا لمعنى التربية الإعلامية بدقة، ومبادئها الأساسية، بالإضافة إلى عناصرها ومجالاتها، تعريف كل من: (Silveblatt, Turow, Mc Dermott, Potter).

بهذا عالجت المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية قصور المفاهيم التقليدية، **ويُمكن تحديد خصائص المفهوم الحديث للتربية الإعلامية في ضوء التعريفات السابقة، وذلك فيما يأتي:**

- التركيز على المُتلقي وإعداده للتعامل مع الإعلام والتقنية بشتى وسائلها ومضامينها.
- إنها قضية تربوية تتولى المؤسسة التربوية بكافة فروعها بناءها ورعايتها.
- التعامل مع التربية الإعلامية على أنها عملية تعليم وتدريب بشأن الإعلام وليس بواسطته كما هو الشأن في المفاهيم التقليدية.
- المفهوم الحديث يستشرف المُستقبل ويَعد المُتلقي للإعداد المُناسب له، وهو ما يُعبر عنه بمنحى تعليم يُناسب مهارات القرن الحادي والعشرين الذي يتجاوز الدور التقليدي للمُمارسات التعليمية والتربوية إلى دور أكبر للمُتعلم؛ حيث يُنتج متلقي نشطًا، يُحدد ما يريد ويستطيع التوصل له.
- تحديد المفهوم الحديث للمهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام، **من أبرزها ما يلي:**
  - القدرة على تحليل المضامين الإعلامية.
  - حُسن الانتقاء والاختيار.
  - الوصول إلى المعلومة.
  - بناء أحكام مُستقلة عن المحتوى الإعلامي.
  - المُشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية.
  - الوعي الإعلامي.

يتضح مما سبق أن الرؤية الحديثة لمفهوم التربية الإعلامية لم تتطرق إلى المعيارية التي تتم في ضوئها عملية تحديد الموقف وحسن الانتقاء والاختيار واتخاذ القرارات الناجمة عن استخدام مهارات القراءة والنقد والتحليل، وهذه المعيارية تُعد بمثابة المنظومة القيمية لشخصية المُتلقي، ولعل هذا الاختلاف يرجع إلى القيم في الفلسفة الغربية التي ينتمي إليها أصحاب التعريفات، والموقف الأقوى للقيم الغربية ذات الهيمنة التي تُعد هي المُحرك للإعلام ومضامينه. لكن الأمر في المُجتمعات الإسلامية والعربية يختلف؛ إذ تُمثل القيم من منظور إسلامي كمعيار ومحك يُشرع استخدام تلك المهارات والوسائل، كما تُمثل الحصن الواقي ضد المضامين السلبية لوسائل الإعلام ووسائله التي تُهدد بشكل أو بآخر أصول وثوابت الإسلام وثقافته وهوية المسلمين.

وقد حددت بعض الأدبيات والدراسات المُرتبطة ثلاث خطوات لترسيخ مفهوم التربية الإعلامية، وهي كالآتي:

- **الخطوة الأولى:** توضيح أهمية وسائل الإعلام والحماية من مُنتجاتها؛ حيث تُمكن المُتلقي من الاختيار الواعي وتقليل الوقت الذي يقضيه أمام شاشات التلفزيون والفيديو والألعاب الإلكترونية أو وسائل الإعلام المقروءة.

- **الخطوة الثانية:** تعلم مهارة مُحددة، كالنظرة الناقدة لما يُعرض لهم وطرح الأسئلة والاستفسارات عن الشكل والكيفية، فضلاً عن تعلم الفرد كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية بنفسه.

- **الخطوة الثالثة:** الذهاب إلى ما وراء الشكل لاستكشاف أعمق القضايا؛ أي من الذي يُقدم لنا المعرفة؟، ولأي غرض؟، ومن المُستفيد؟، ومن الخاسر؟، ومن الذي يُقرر؟؛ أي وجود نظرة تحليلية اجتماعية وسياسية واقتصادية، وكذلك التعرف على كيفية الاختلاف في المعنى الذي يتكون لدى كل فرد حول ما تُقدمة وسائل الإعلام، وكيف تكون وسائل الإعلام مُحرك للاقتصاد والاستهلاك العالمي.

ثانيًا- إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام:

تشهد معظم المُجتمعات اليوم تنافسًا مكشوفًا أو مستترًا، معلنًا أو خفيًا، بين النظامين التربوي والإعلامي، ونتج عن هذا التنافس ميلاد تناقضات خطيرة في عقل الفرد وطرق تفكيره. فالنظام التربوي يقوم على قيم النظام المُتمثلة في المحتوى الدراسي المُنضبط، وعلى قيم

التنافس في التحصيل والانجاز المُتمثلة في التعلم الذاتي وتفريد التعليم، بينما يستند النظام الإعلامي إلى الاتصال الجماهيري الذي يهتم بالجديد دون التأمل في محتواه، وبالموضوعات المتنوعة دون التركيز على تخصص بعينه، وتقديم البرامج الترفيهية المُمتعة التي يسهل فهمها بغض النظر عن ركاكة الأساليب أو تفاهة المُفردات اللغوية، وهذا يُظهر التناقض بين النظامين التربوي والإعلامي.

فالصلة الوثيقة التي تربط بين التربية والإعلام والتي تنبُع من أن لها وظيفة تربوية تعليمية حيث أن العمل التربوي الإعلامي المُشترك يحتاج إلى كثير من الإصلاح والجهد ليُصبح في إمكانه، إظهار مباديء التربية وقيمها بصورتها الصحيحة، والنهوض بميدان التربية والتعليم، فهو يُشجع التعلم واكتساب المعارف والحصول على معلومات تُساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والجماعي وإسهام هذه الوظيفة في بناء شخصية المُعلمين كإحدى الشرائح المُستهدفة أو المُتعرضة لمضامين وسائل الإعلام وانعكاسات ذلك على أدوارهم في تنشئة الأجيال وتربيتهم. فالإعلام يستطيع أن يُكمل الدور التربوي للمؤسسات التعليمية، بل وقد تكون الساعد الأيمن للتربويين في حل هذه القضايا ولكن إلى حد ما هناك عزلة بين التربويين والإعلاميين على الرغم من أن وسائل الإعلام تُساهم في تشكيل بناء الإنسان وصياغة فكره وتوجيهه الوجهة السليمة في حال توفر القيادة الإعلامية الناجحة.

فالتربية والإعلام هُما البوابتان اللتان تلج الثقافة من خلالهما إلى الفرد في أي مُجتمع، فالتربية وثيقة الصلة بالثقافة، فالتربية في جوهرها هي عملية اتصال "communication process"، والإعلام كذلك؛ علاوةً على أن كلاهما يتعامل مع المُجتمع ويسعي لخدمته، هذه الخدمة يُمكن تحقيقها عندما يسير الإعلام والتربية في تآزر وتعاون في إطار قيم المُجتمع وأهدافه، غير أن أهم أوجه الخلاف بين التربية والإعلام هو أن **"التربية"** تهدف إلى مُساعدة الأفراد على النمو بشكل يُمكنهم من اكتساب العضوية النافعة لأنفسهم وللمُجتمع، في حين أن **"الإعلام"** غالبًا ما يتفاعل مع الأفراد على اعتبار أنهم قد تُحقق لهم النمو وأنهم أصبحوا قادرين على تحمل المسئولية، فيُقدم لهم بعض التوجيه والتثقيف، ويغمرهم ببرامج الترفيه، والتسلية، والدعاية، والإعلانات، هذا بالإضافة إلى تغاضي الإعلاميين عن تطبيق مفهوم التغذية الراجعة من خلال الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام المُختلفة.

فالإعلام إما "الإفادة بالأحداث" إما "الحصول على بيانات خاصة بشخص أو بحدث ما" أما التربية فهي "الطريقة التي بواسطتها يكتسب الشخص المعني المبادئ والعادات التي تنتج عنها عقلية مُعينة". فالعملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية، كما أن العملية التربوية في بعض جوانبها عملية إعلامية، فالتربية عملية تأثير وتفاعل وتوجيه الأفراد نحو النمو بشكل يتماشى مع الخط الذي ارتضته الأمة لنفسها، في حين يقوم الإعلام بتوجيه الأفراد عن طريق تزويدهم بالمعلومات والحقائق والأخبار لمُساعدتهم على تكوين رأي مُحدد في واقعة مُعينة أو مُشكلة محددة، وقد شبه خبراء التربية "العلاقة بين الإعلام والتربية"، بأنها: جناحا طائر لا تُحلّق أمة من الأمم في عوالم المعرفة إلا بهما معا.

من هذا المُنطلق؛ أثيرت نقاشات مُختلفة حول ما إذا كانت العلاقة بين التربية والإعلام قائمة على التكامل أم التناقض، ولم يكُن ذلك الجدل بالجديد حول علاقة التربية بالإعلام، لكنهُ اشتد بظهور التقنيات الاتصالية والإعلامية الجديدة، وبالرغم من أن كل منهُما يسعى إلى التأثير على الأفراد لتشكيل قناعاتهم؛ إلا أن اختلاف الغايات أدى لتعميق الإشكالية بينهما، فعندما تؤسس التربية القيم، والعلم، والعمل، والإنتاج، والأخلاق، يستمر الإعلام في **-مُعظم مضامينه-** يُدعم قيم الترفيه والاستمتاع؛ أي يهدم ما تقوم به التربية.

ولكي تتضح أهمية الإعلام وحيويته في المجال التربوي، يُمكن تحديد أوجه علاقة التربية بالإعلام (مجيب عبدالله، ٢٠١٣)، على النحو الأتي:

– **العلاقة التشاركية بين الإعلام والتربية:** تتضح العلاقة التشاركية بين وظائف كل من التربية والإعلام؛ من خلال تأمل المقولات الشائعة بعد ثورة المعلومات والاتصالات وعولمة الفضاء، والتي تخلص إلى أن الأجيال الجديدة صناعة إعلامية وأن سلوكيات الناس السياسية والاستهلاكية والاجتماعية، تحددها وتتحكم بها وسائل الإعلام، مما يعني أن الحقل الذي تعمل فيه وسائل الإعلام هو الحقل التربوي الهادف إلى بناء الإنسان وإعادة صياغة سلوكه وتشكيل الوعي الاجتماعي بما يخدم أهداف صاحب الرسالة.

– **التربية والإعلام عنصران:** ثقافيان مُتلازمان ومتفاعلان يلتقيان على أرضية مُشتركة، لدرجة يُمكن معها القول بأن العملية الإعلامية في بعض جوانبها هي عملية تربوية، كما أن العملية التربوية في بعض جوانبها هي عملية إعلامية، فالتربية بمعناها الخاص هي تلك العملية

القصدية التي يتم عن طريقها توجيه الأفراد الإنسانيين لتحقيق نموهم، وهي بمعناها العام الحياة بكل ما تشتمل عليه من خبرات وعلاقات، والإعلام في أساسه عملية توجيه الأفراد الإنسانيين من خلال تزويدهم بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق المؤكدة التي تُساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشاكل.

– **العلاقة التعارضية بين الإعلام والتربية:** عندما يتحدث الباحثون عن أوجه الاختلاف بين طبيعة أدوار التربية والإعلام، فهم في الغالب يقصدون وسائل الإعلام التقليدية، أو البرامج الإعلامية الجاهزة للبث أو النشر أو برامج وسائل الإعلام العامة. فيُمكن استخدام وسائل الإعلام لتحقيق مُعظم أهداف التربية، وأن أوجه التعارض، هي نتيجة لمُقارنة واقع إعلام مُعين، وليست مُرتبطة بطبيعة العملية الإعلامية بالضرورة التي يُعبر عنها عادة أنها سلاح ذو حدين.

– **العلاقة التنافسية بين التربية والإعلام:** لم تتبلور صورة تهديد وسائل الإعلام، لدور المؤسسات التعليمية في ممارسة التربية، إلا بعد ظهور الثورة التكنولوجية المعلوماتية وكان غاية ما يتوجس منه التربويون، هو عدم انسجام بعض السياسات الإعلامية مع السياسات التربوية في إطار البلد الواحد المُغلق، وكانت إمكانية مُعالجة هذا التناقض مُتاحة وسهلة؛ إلا أن عاصفة عولمة الفضاء المفتوح والقنوات الفضائية عابرة القارات وعالم الإنترنت والهاتف المحمول ووظائفه الجديدة في تخزين وتصفح الصور والفيديو والإنترنت؛ خلقت مخاوف جديدة، وضاعفت التحديات أمام وظيفة المدرسة، وساهمت في تهميش دورها في التأثير وتكاد تسلبها وظيفتها بصورة كلية يجعلها مُباشرة أمام تحدي الصراع من أجل البقاء.

كما ظهرت عدد من الاتجاهات تُحدد طبيعة العلاقة بين التربية والإعلام، ودرجة تأثير كل منهما على الآخر، **ومن أهم هذه الاتجاهات ما ذكرها كل من:** محمود فرحات (١٩٩٤)، وعقيل محمود (٢٠٠٨)، وإسماعيل عبد الفتاح (٢٠١١)، **وهي:**

– **الاتجاه الراديكالي:** يرى أصحابه بأن المدرسة فقدت تأثيرها على الأفراد والمُجتمعات، وأن مضامين وسائل الإعلام تُشكل القوة الأعمق للتأثير والتعليم والتوجيه، ومن ثم يُنادي أصحاب هذا الاتجاه بإلغاء المدرسة والاستعانة بنظام تعليمي يُقدِّم عبر وسائل الإعلام بدلاً منها.

– **الاتجاه المُتقدم:** يرى أصحابه ضرورة تطوير وتحسين البيئة المدرسية باستيعاب التقنيات الحديثة المُستخدمة في وسائل الإعلام والاستفادة منها في تحقيق أهدافها، ويُعد التعليم المفتوح أحد تطبيقات هذا الاتجاه، **وتأتي التربية الإعلامية كرافد ُمهم لهذا الاتجاه الذي يسد نقصًا في البيئة التربوية، بشكل عام تستطيع من خلالها التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام ومواجهة مضامينها.**

– **الاتجاه المُعتدل:** يدعو للتكامل والتعاون والتنسيق بين جهود المدرسة والإعلام من أجل تربية أفضل واستكمال النقص في دور كل منهُما في بناء شخصية الفرد.

– **التربية الإعلامية كشكل من أشكال التربية:**

اختلفت طُرق التدريس والممارسات التربوية للتربية الإعلامية مع تطور أهدافها. فعلى سبيل المثال، أخذت التربية الإعلامية –**في السنوات الأولى**- الإطار التربوي في شكل السرد المُقنع، ثم حاول المُعلمون تحسين أذواق وسائل الإعلام للمُتعلمين. كما شهدت السنوات الأخيرة تغيرات في وسائل الإعلام المُتنوعة والتي تنعكس على اساليب التدريس المُخلفة في وسائل الإعلام، كالراديو والتلفزيون، فهي تحول التربية الإعلامية من الهرمية – **مناقشات**- بين العملم والمُتعلم إلى شكل حواري بينهما في الوقت الحاضر.

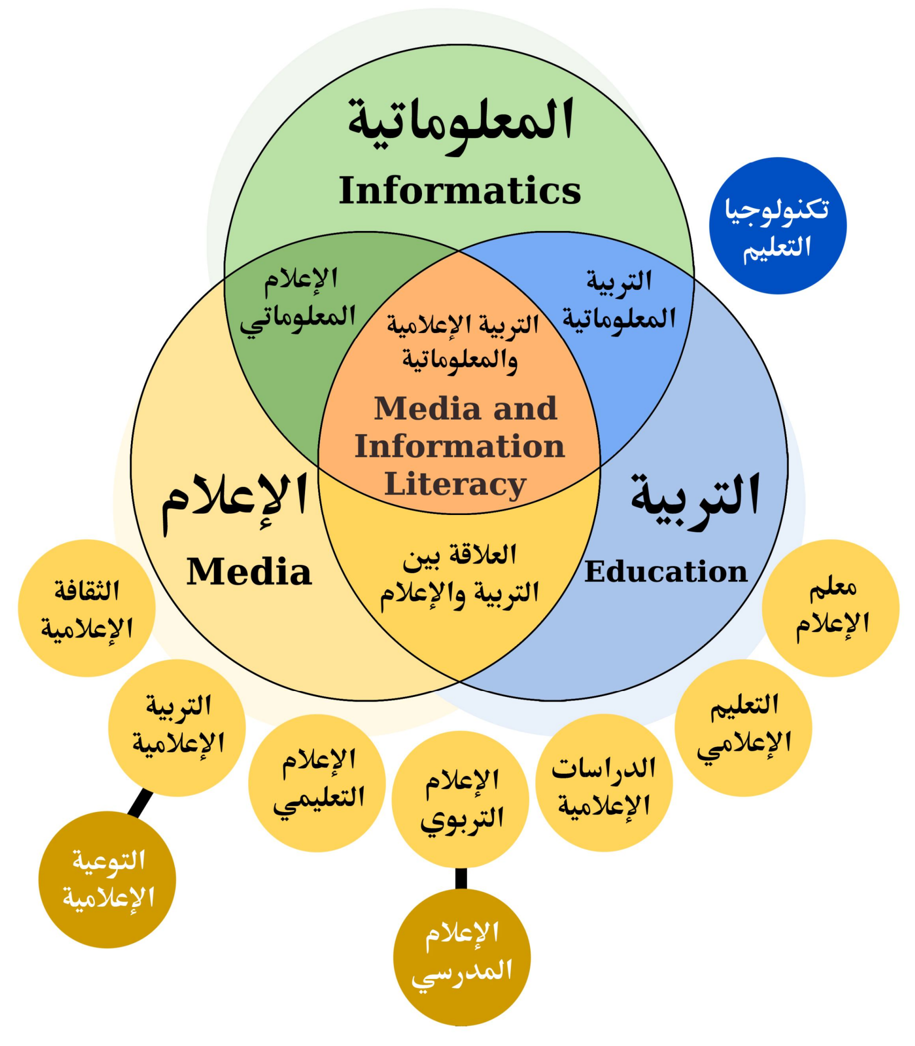
فما كتبه "Hobbs" عن الآثار المُترتبة من خلال تعريفة للتربية الإعلامية على أنها القُدرة على تحليل وتقييم وإيصال الرسائل في مجموعة متنوعة من الأشكال، وهذا يعني أنها عملية التعلم والتوسع في مفهوم النص ليشمل كل أنواع الرسائل التي يتضمنها هذا التعريف. وتلك الآثار لها أثر في الفروق الدقيقة بين البيئات الاجتماعية المُختلفة، سواءً كانت مُجتمعات صناعية أو مُجتمعات مُشبعة بوسائل الإعلام أو مُجتمعات ريفية زراعية أو حتى المُجتمعات الديمُقراطية. فعملية نشر التربية الإعلامية، وطرح جميع القضايا الإعلامية التي تمس جميع شعوب العالم، وضرورة توعية المواطنين بآثار وسائل الإعلام في البلدان النامية.

هذا يؤكد أهمية التعليم الذي يُعطي اهتمامًا لاختلاف الثقافات، ونشر الوعي في حالات التفريق وعدم المساواة بين الجنسين، أو الفروق العرقية والطبقية بين الشعوب والمُجتمعات.

ثالثًا- تداخل المفهوم مع مفاهيم أخرى ذات علاقة:

تضمنت أدبيات التربية الإعلامية تعريفات مُتعددة لمُصطلح التربية الإعلامية والمُصطلحات المُرتبطة به، فالكتابة حول مفهوم التربية الإعلامية، تقود صاحبها للولوج في محيط من المفاهيم التي تتداخل معه وتشاطره مهامه، وتتطابق بعضها معه في الرسالة والغاية، ولعل من أبرز هذه المفاهيم (التربية، التعليم، الإعلام، الاتصال، المعلوماتية)، وهي في مُجملها تقف علي أرضية واحدة هي، المُجتمع وعقيدته ووعيه الثقافي والاجتماعي وممارسته القيمية، وتستهدف لتحقيق ما يسعى إلى تحقيقه الإنسان فردًا ومجتمعًا، وبالإنسان تترجم رسالتها وتحقق غاياتها.

فقد أدى تلاحم الحقل التربوي والإعلامي في ظل المعلوماتية إلى وجود عدّة مفاهيم مُتقاربة مع بعضها البعض، يُمكن توضيحها من خلال الشكل الآتي:



شكل (١) العلاقة بين التربية والإعلام والمعلوماتية

من الشكل السابق يتضح أن مفهوم التربية الإعلامية نشأ كمجال بيني يتقاطع مع عدة مجالات، أدى ذلك التقاطع إلى ظُهور مفاهيم عديدة، يُمكن استعراضها مع بيان الفرق بينها وبين مفهوم التربية الإعلامية، على النحو الآتي:

بدايةً يجب أن نُفرق بين مفهوم **التربية الإعلامية** "Media Literacy" وبعض المفاهيم الأخرى القريبة؛ ويُعد أكثر هذه المفاهيم التباسًا هو مفهوم **الإعلام التربوي** "Information Education". **فالإعلام التربوي** مُصطلح جديدًا نسبيًا، ظهر في أواخر السبعينيات عندما استخدمته المُنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم "اليونسكو" للدلالة على التطور الذي طرأ على نُظم المعلومات التربوية، وأساليب توثيقها، وتصنيفها، والإفادة منها، وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام ١٩٧٧م.

فقد أشار ثروت كامل (١٩٩٦، ١٢) إلى أن **الإعلام التربوي** ينتمي إلى **الدراسات الإعلامية** "Media Studies". ويشمل مفهوم **الدراسات الإعلامية** كل ما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام من نشأة، وتطور، ... ألخ، كما يُركز المفهوم على كيفية اكتساب المعرفة الإدراكية حول أجهزة الإعلام. في حين أشار مصطفى رجب (١٩٨٩، ٩) إلى أن **الإعلام التربوي** أقرب ما يكون إلى مجال أُصول التربية؛ تحديدًا فلسفة التربية، ذلك لأن **الإعلام التربوي** يطرح العلاقة بين الإعلام والتربية من زاوية الالتزام التربوي تجاه محتوى الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام. **وذلك للاعتبارات الآتية:**

- إن الحُكم على محتوى الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام من خلال المعايير التربوية، من مهام التربويين.
- إن المُعالجة التربوية لمحتوى الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام في ضوء الفلسفة التربوية للمُجتمع تتطلب خبرات تربوية مُتخصصة، وليس اجتهادات إعلامية قد تُخطيء وقد تُصيب.
- إن علاقة **الإعلام التربوي** بالإعلام هي علاقة الصفة النسبية بالموصوف، وليست علاقة الفرع بالأصل، وبالتالي لا يعتبر الإعلام التربوي فرعًا ينتسب إلى الإعلام.
- إن مجالات **الإعلام التربوي** هي كل مجالات التربية، وليست مُنحصرة في المجال التعليمي فقط، وعليه فلا يُمكن اعتبار الإعلام التربوي فرعًا من فروع الإعلام.

- إن دوائر **الإعلام التربوي** موجودة ضمن الهياكل التنظيمية لوزارات التربية والتعليم أوالمعارف، كما أن تخصص الإعلام التربوي يدرَس في كليات التربية النوعية.

بالرغم من هذا؛ إلا أنه ما يزال هُناك الكثير من التداخل والخلط بينهُما مع أنهُما يختلفان في الغاية، **فالتربية الإعلامية** تستهدف تربية النشء على التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، أي محو الأمية الإعلامية، في حين أن **الإعلام التربوي** يستهدف التربية بواسطة وسائل الإعلام كوسائل للتعليم والتنشئة الاجتماعية (عبد الوهاب بوخنوقة، ٢٠٠٥، ٧٧). وقد حددت اللوائح التربوية وظيفه **الإعلام التربوي** المُنحصرة في "إعداد ونشر معلومات وبيانات عن النظام التربوي أو قضية تربوية وغيرها".

ويُضيف محمد منير(١٩٩٥، ٩) دورًا توعويًا من خلال تعريفه **للإعلام التربوي** على أنه "رسالة تصُدر من مؤسسة تربوية وإعلامية من أجل تحقيق الأهداف التربوية"، ويعتمد الإعلام التربوي على استخدام الأنشطة الإعلامية في المدارس من صحافة وإذاعة مدرسية لتحقيق أهداف تربوية وتعليمية واجتماعية بوجه عام، في حين أن التربية الإعلامية تعتمد على تنشيط وتفعيل قُدرة الجمهور في الإدراك والتحليل والنقد والانتقاء بصورة فعالة مع الإعلام وقنواته ورسائله بطريقة ذكية (طارق محمد، ٢٠٠٥، ١٧-١٨). **مما سبق يتضح أن مفهوم الإعلام التربوي قد تم اختزاله في الأنشطة المدرسية من صحافة وإذاعة مدرسية، وأن هذا يُعد جزءاً من الإعلام التربوي ويطلق عليه الإعلام المدرسي.**

فالإعلام التربوي يشمل الأنشطة الإعلامية للمؤسسات التربوية وعلى رأسهم التعليم والإعلام، كما أن **التربية الإعلامية** أعم وأشمل من **الإعلام التربوي**؛ فإذا كان **الإعلام التربوي**؛ هو نشر بيانات أو معلومات عن النظام التربوي بجانب استخدام الوسائل الإعلامية في العملية التعليمية، **فالتربية الإعلامية**؛ هي الجهود المبذولة التي تعمل على تُحقيق أهداف التربية.

ذلك ما أكده أستاذ التربية الإعلامية الروسي ”Fedorov“ في عام ٢٠٠٢م، عندما قام بعمل دراسة مسحية تُركز على المناهج النظرية؛ وذلك للتمييز بين **التربية الإعلامية والإعلام التربوي**، وقد شملت عينة الدراسة (٢٦) خبيرًا من خبراء التربية والإعلام من (١٠) دول مُختلفة، **وتوصلت الدراسة إلى أن:**

- الإعلام التربوي يُركز على الطلاب.
- الإعلام التربوي يُعد من المُمارسات التربوية التي تسعى إلى تمكين أفـراد المُجتمـع للمُشاركة في استخدام وسائل الإعلام المدرسية لتطوير وتحرير أنفسهم والمُجتمع، فضلاً عـن إضفاء الطابع الديمُقراطي للعملية الاتصالية في المدرسة.
- التربية الإعلامية هي النتيجة المرجو تحقيقها من الإعـلام التربـوي وفـق مُنظمـة اليونسكو. ونتج عن تلك النتيجة ما يُطلق علية التربية الإعلاميـة النقديـة "critical media literacy"، هو مصطلح يستخدم للدلالة على المهارات السليمة للتعامل مع وسائل الإعلام.
- التربية الإعلامية تُساعد على تنمية مهارات الإنتاج الإعلامي للفرد وتُزيد مـن قُـدرة الفرد بالتمتع، والفهم، والنقد لمضامين وسائل الإعلام؛ مما يجعل الفرد فعالاً، ولـيس سـلبيًان فيُصبح المُتلقي قادرًا على فهم السياق الاجتماعي السياسي، والحياة بمسـئولية فـي المُجتمـع (Tessa, 2005, 8-15).

ونظرًا للبس الذي يحدُث عند الكثير تطرقنا لمفهوم الإعلام المدرسي حيثُ أنه يُعد أحد فروع الإعلام التربوي القائم على تحقيق أهدافه من خلال تحقيقه لوظائف الإعلام التربوي في المؤسسات التربوية السليمة من المرحلة الابتدائية حتى التعليم الجامعي، ومن ثم نجد أن الفروق بين الإعلام التربوي ونظيرة المدرسي ليست جذرية ولكنها فروق جزئية توضح أن الإعلام المدرسي ليس ذاته التربوي ولكنه فرع منه.

بينما تتحدد العلاقة بين التربية الإعلامية والإعلام المدرسي "Media School"، من خلال مداخل تدريس التربية الإعلامية، إذ من المُمكن أن تكون العلاقة؛ علاقة الجزء بالكل، في حالة إدماج هذه الأنشطة في إطار المداخل المُمكنة لبناء منهج للتربية الإعلامية، ولكنه لا يُمكن أن يكون مدخلا كافيًا أو مُتكاملاً؛ لأن وظيفة التربية الإعلامية لا تنحصر في تعليم الطلبة بعض الفنون الإعلامية لأن هذا يُعد تعليمًا إعلاميًا؛ بل تشمل التربية الإعلامية وظائف أكثر عُمقًا وإثراءً، منها: تمكين المُتعلم من قراءة الرسائل الإعلامية، وتحليل خلفياتها الفلسفية ونقدها، وتحرير المُتعلم من سيطرة أيديولوجيا وسائل الإعلام المُختلفة، وتنمية ملكات التفكير الناقد. من مُنطلق تلك الوظائف صارت التربية الإعلامية في مُعظم دول العالم جزءًا أساسيًا من التعليم المدرسي، وليست مجرد نشاط ترفيهي حر (Mary, 1993).

ومع تطور البيئة التعليمية الإعلامية وانتشار أقسام وكليات الإعلام ظهر لدينا مفهوم التعليم الإعلامي "Media Education"، ويعرفه Buckingham (2004, 5) بأنه: "الآليات والممارسات التطبيقية التي يتم من خلالها تدريس مُقررات نظامية للطلاب في المراحل التعليمية المُختلفة لتنمية وعيهم بدور وتأثيرات وسائل الإعلام عليهم وعلى المُجتمع".

ففي حين أن التعليم الإعلامي يُعد أحد آليات تنفيذ إستراتيجيات التربية الإعلامية، نجد أن التربية الإعلامية تهتم بتدريس ما يتعلق بالإعلام وتعلمه، أما التعليم الإعلامي يُقصد به تدريس الإعلام كعلم فقط (محمد عبد الحميد، ٢٠١٢، ١٣٠). كما أن التربية الإعلامية يشترك في تنفيذها كل من الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام ومؤسسات المُجتمع المدني، في حين أن التعليم الإعلامي تنفذه المؤسسات التعليمية فقط سواء كانت مؤسسات رسمية أو غير رسمية.

وميزت مؤسسة "Mentor" للتربية الإعلامية – وهي مؤسسة أقامتها الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، وتم الإعلان عن هذه المؤسسة في حلقة النقاش التي نظمتها اليونسكو في برشلونة في مايو ٢٠٠٤م، تحظى بدعم ورعاية مُنظمات أوربية أخرى– بين المُصطلحين وأوضحت أن مُصطلح التعليم الإعلامي يُشير إلى المهارات والكفايات المطلوب تطويرها بوعي واستقلالية لتناسب البيئة الاتصالية الجديدة للمُجتمع المعلوماتي والتي تتسم بكونها رقمية وعالمية ومُتعددة الوسائط، وأن التربية الإعلامية هي عملية مُستمرة، بين التعلم الإعلامي هو نتيجة لتلك العملية (Mentor, 2010, 9).

أما الإعلام التعليمي "Education Media" مفهوم يراه أحمد جمال (٢٠١٥، ٢٦) بأنه استخدام وسائل الإعلام في خدمة العملية التعليمية، ويؤكد ذلك مصطفى رجب (١٩٨٩، ٨) حيث ذكر أنه مفهوم ينحصر في الصحف والمجلات التي تصدر مُتجهة إلي المُعلمين والطلاب وغيرهم من عناصر العملية التعليمية، مضافاً إلي ذلك البرامج التعليمية المسموعة والمرئية. بينما يرتبط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلُم عن الإعلام وبواسطة وسائله المُختلفة، وليس مُجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام.

وقد تضمنت توصيات مؤتمر اليونسكو المُنعقد في أشبيليا عام ٢٠٠٢م إشارة مُركزة إلى هذا الفرق، حيثُ تُشير التربية الإعلامية إلى التعليم بواسطة الإعلام وعن وسائل الإعلام،

بعد أن كانت في وقت سابق تُشير إلى التعليم من خلال وسائل الإعـــلام. والواقـــع أن دخـــول الإعلام التعليمي للمدرسة غالبًا ما يعنى اندماجه فـــي مـــواد عديـــدة، بالإضـــافة إلـــى دروس ونشاطات في تحليل الإعلام وعملية إنتاجه.

ويتضح الفرق بين الإعلام التربوي والإعلام التعليمي، في أن: الإعلام التربوي يتمثل في إنتاج وتسجيل الأفكار والآراء والنظريات والحقائق والأنظمـــة والإحصـــاءات والأنشـــطة المُتصلة بالنظم التعليمية، والمُرتبطة بالنُظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تســـهم فـــي تحسين التربية، أما الإعلام التعليمي، فينحصر في البرامج التعليمية المسموعة والمرئية، إضافة إلى الصحف والمجلات (أحمد إسماعيل، ٢٠٠٨).

أدى كل ما سبق إلى ظهور مفهوم مُعلم الإعلام "Media Educator" (MEME, 2013)، وهو الذي يقوم بتعليم الإعلام داخل المؤسسات التعليمية وخارجها، ويتداخل مُصـــطلح التربية الإعلامية مع مصطلح مُعلم الإعلام في أن يقوم الأخير بتعلُم وتعليم الأول.

وقد أكد مُجيب عبد الله (٢٠١٣)؛ أن التربية الإعلامية ليست نُسخة مُطورة من الإعلام التربوي، ولا تفريعًا منه، ولا بديلاً عنه، كما أنها ليست مُصطلحًا مرادفًا للإعلام المدرســـي أو الإعلام التعليمي، ولكنها تربيةٌ جديدة، فرضتها التطورات الإعلامية الحديثة؛ للتحصين وتمكين المُتعلم من التعُلم المُستمر من خلال التعامل المُستمر مع مصادر المعلومات المتدفقة باستمرار، وتأهيله للحياة الاجتماعية والسياسية، كما أن التربية الإعلامية ليست تعليمًا إعلاميًا محضًا، فهي قبل ذلك منهجية تربوية اجتماعية، لتنمية التفكير الناقد وتحصين الطلبة، وتنمية مهارات التعليم الذاتي والمهارات التواصلية للتعبير عن الذات.

تلك المفاهيم السابقة أرتبطت بالفرق بين الثقافة التربوية والثقافة الإعلاميـــة، فالثقافـــة بوجه عام هي المعبر الحقيقي عما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري، وقد ارتبطـــت الثقافـــة بالوجود الإنساني ارتباطًا متلازمًا تطور مع الحياة الإنسانية، كما لا يُمكن أن نفهـــم ثقافـــة أي مُجتمع إلا بفهم المُجتمع ذاته. وتُمثل الثقافة التربوية والإعلامية المضامين الثقافية التي يتلقاهـــا الفرد والجماعة من المصادر التربوية أولاً، والمصادر الإعلامية ثانيًا، وكلاهما يُشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم.

وتتمثل **الثقافة التربوية** في "المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر التربوية وتُشكل مُعتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعادتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم". أما **الثقافة الإعلامية**، فهي: "المضامين التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتُشكل مُعتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعادتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم (سعيد عبد الله، ٢٠٠٧، ٤). وتعني **التربية الإعلامية** مجموعة الإستراتيجيات التي تُمكن الأفراد من امتلاك أدوات **الثقافة الإعلامية**؛ التي تُساعدنا على التكيف والمُشاركة بفاعلية مع الواقع الاجتماعي الذي يُبنى من خلال ما تبثه وسائل الإعلام من مضامين مُختلفة.

فإذا كان مفهوم **التربية الإعلامية** يتسم بالإمداد والشمول؛ فإن **الثقافة الإعلامية**؛ هي النتيجة المقصودة والأثر الحادث من دراسة كل من **التربية الإعلامية** و**الدراسات الإعلامية** (Worsnop, 1999). وقد ربط عبد الناصر فخرو (٢٠١٠، ٢١٩- ٢٢١) بين **الثقافة الإعلامية** و**التربية الإعلامية**؛ عندما حدد هدف إكساب **الثقافة الإعلامية** وأنه يُعد من أهم الأهداف التربوية في مراحل التعليم العام خاصةً في السياق التربوي والمعلوماتي المُعاصر، وأن مفهوم **الثقافة الإعلامية** مُرادف وقريب من مفهوم **التربية الإعلامية**، **فالثقافة الإعلامية** تهم الأفراد كافة بما فيهم المُتعلمين بالمؤسسات التعليمية، وحينما تنتقل إلى السياق المدرسي وواقع العملية التعليمية يصح أن نطلق عليها **التربية الإعلامية**.

فالتربية الإعلامية تنتمي إلى **الدراسات الإعلامية** كدراسات حديثة تسعى إلى خلق جمهور واعٍ إعلاميًا. ويتضح أن **الثقافة الإعلامية** و**الدراسات الإعلامية** تشتملان على: التحليل الناقد لوسائل الإعلام، أما **التربية الإعلامية** فتشمل عمليتي التحليل الناقد والإنتاج الإبداعي المسئول للرسائل الإعلامية ومشاركتها (Fedorov, 2008). كما تُركز **التربية الإعلامية** على تطوير المواقف والمهارات الأساسية حول الوسائط الإعلامية المُختلفة من خلال النقد العملي لها، والوعي بأدوار المؤسسات الإعلامية المُتعددة من النواحي الثقافية والاجتماعية والسياسية.

ويُلاحظ أن **الدراسات الإعلامية** أقل معيارية من **التربية الإعلامية**، كما يُمكن أن تتضمن منهجًا وصفيًا أقرب ما يكون من **أجهزة الإعلام**، هذا بجانب الارتباط بعملية الإتقان

العملي من وسائل الإعلام، أما **التربية الإعلامية**؛ فيُعد المنهج التربوي هو الأساس نحو تكوين رؤية شاملة للرسالة الإعلامية. وتُركز الوظيفة الأساسية **للثقافة الإعلامية** على مدى قدرة الفرد على تحليل الرموز السمعية والبصرية التي تُنقل إليهم من خلال وسائط الإعلام المُختلفة، إضافة إلى توافر المهارات والخبرات لديهم التي تُمكنهم من الاستفادة بصورة إبداعية من تلك الوسائط، ثم كنتيجة التربية الإعلامية تتكون لديهم القُدرة بشكل كافٍ في تقييم وترجمة وإنتاج نصوصًا إعلامية جديدة (عصام جابر، ٢٠٠٨، ١٤-١٥).

فقد جاءت **التربية الإعلامية** نتيجة لتطور مُجتمع المعلومات، فهي تشمل في جوهرها كل أنواع الوعي والثقافة الرقمية والبصرية، وتعتبر **الثقافة الإعلامية** مُنتجاً "product" أو ناتجاً "output"، بينما التربية الإعلامية تُمثل عملية "process"، كما تؤكد **التربية الإعلامية** على أن الأفراد يتعلمون:

- التحليل والتأمل الناقد وبناء النصوص الإعلامية.
- تحديد مصادر النصوص والرسائل الإعلامية والوصول إليها.
- مغزى الرسائل وسياقها.
- تفسير الرسائل والقيم المُتضمنة فيها.
- إنتاج الرسائل بطريقة إبداعية مسئولة.
- اختيار الوسيلة التي يُمكنها التعبير عن رسائلهم ونشرها.

مما سبق يتضح أن الفرق بين **التربية الإعلامية** و**الثقافة الإعلامية**، أن الفرد المُتعلم للتربية الإعلامية يمتلك الثقافة الإعلامية، أما الفرد الذي يمتلك الثقافة الإعلامية ليس بالضرورى يكون مُتعلم للتربية الإعلامية؛ أي أن الثقافة الإعلامية مُحصلة للتربية الإعلامية، كما التربية الإعلامية تعليم مقصودًا وموجهًا أما الثقافة الإعلامية تعليم غير مقصودًا وغير موجهًا. كما أن عملية إنتاج الفرد المُتعلم للتربية الإعلامية يقترن بعدة شروط، منها: الإبتكارية والمسئولية، فالثقافة الإعلامية لا تقتصر على قدرة الفرد على القراءة والكتابة فقط، فهناك مجموعة من المهارات التي لابد من اكتسابها حتى تُمكن الفرد من المُشاركة في الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية المُحيطة به. **فالتربية معرفه وسولوك وآداب، الثقافة مُنتج أوسع ومظله أعلى.**

وأدى تلاحم الحقلين التربوي والمعلوماتي إلى ما يُعرف **بالتربية المعلوماتية**؛ وهي معنية بالتعامل مع أجهزة المعلومات والاتصال والإعلام لرفع كفاءة الوصول للمعلومات واسترجاعها، وينتج عن ذلك المفهوم بعض المفاهيم الأخرى، من أهمها: **التربية التكنولوجية**، و**تكنولوجيا التعليم**، أو ما يسمى **التربية بواسطة وسائل الإعلام**. ويرى عبد الرحيم درويش (٢٠٠٦، ١٨٥) أن مُصطلح **التربية الإعلامية** أفضل من مُصطلحات **التعليم الخاص بوسائل الإعلام** أو **المعرفة بوسائل الإعلام**، لأن **التربية الإعلامية** عملية مُستمرة تقوم بها الأسرة أساسًا ثم المدرسة وبعض الجمعيات الأخرى المُهتمة في المُجتمع. وقد أوردت نرجس حمدي ١٩٩٩، ٧٠) تطور مفهوم **التربية بواسطة وسائل الإعلام** في العقود الأخيرة، وتبلوره في مفهوم **تكنولوجيا التربية**، الذي كان في مراحله الأولى مرتبطاً بمفهوم الوسائل التعليمية المُصاحبة للموقف التعليمي بغرض الإيضاح، وقد مر التطور بالمراحل الآتية:

- **الوسائل السمعية البصرية:** ارتبطت التسمية في هذه المرحلة بالحواس وأهمها حاستا السمع والبصر على افتراض أن الوسائل إما سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية.
- **الوسائل المُعينة:** في هذه المرحلة أراد المعلمون توسيع مدلول الوسائل ولكنهم في واقع الأمر اختزلوا هذه الوسائل في مجرد الإعانة وفي التسمية إشارة إلى ثانويتها وإمكانية الاستغناء عنها.
- **وسائل الاتصال:** تبلور هذه المفهوم بعد شعور المُعلم أنه والوسيلة مُجرد وسائط اتصالية في موقف اتصالي تعلُمي يشمل المُعلم والمُتعلم والمادة العلمية وقناة الاتصال.
- **مدخل النُظم:** في هذه المرحلة تحولت وسائط التعليم إلى جزء من منظومة مُتكاملة لا تقتصر على وسائط المواد والأجهزة بل تشمل الإستراتيجية التنظيمية للتدريس من مرحلة التصميم إلى مرحلة التنفيذ والتقويم والمُتابعة بمُختلف جوانبها البشرية وغير البشرية.

بناءً على هذا التطور يؤكد حسين الطوبجي (١٩٨٧، ٥) أن مفهوم **الوسائل التعليمية** أتسع ليشمل جميع وسائط التعليم السمعية والبصرية وجميع وسائل الاتصال والإعلام الفردية والجماعية بعدِّها جزءاً من منظومة تكنولوجيا التعليم، ويندرج في ذلك استخدام وسائل الإعلام وجميع برامج القنوات التعليمية.

مما سبق يتضح أن **التربية بواسطة وسائل الإعلام** تختلف كثيرًا عن كل من: **الإعــلام التربوي** و**التربية الإعلامية**، فهي لا تندرج في مفهــوم **الإعلام التربوي**، لأن التربيــة بواســطة وسائل الإعلام هي تربية تستخدم أدوات الإعلام، و**الإعلام التربوي** هو إعلام يتنــاول قضــايا التربية، كما يختلف مفهوم **التربية بواسطة وسائل الإعلام** كثيرُا عن **التربية الإعلامية** التي تعتمد على التربية على وسائل الإعلام في منهجها، وقد تكون العلاقة بينهما تضادية. **فالتربية الإعلامية** تنطلق من الحقل التربوي بأدوات التربية نحو الإعلام، أما **التربية بواسطة وسائل الإعلام** فتنطلق من الحقل الإعلامي؛ ليمارس أدوار تربوية تعليمية.

وبالرجوع إلى أدبيات الإصلاحات التربوية الحديثة، يُلاحظ تركيزها الشديد على دمج تقنية المعلومات والاتصــال "Information and Communication Technology" فــي العملية التعليمية بجميع مكوناتها: تعليم وتعلم ومناهج وإدارة؛ لذا فهي إصلاحات تربوية موجّهة بالتقنية "Technology-Oriented Educational Reform". ولا يُقصد بالتقنية هنا العتــاد والأدوات والأجهزة والشبكات والبرامج وغيرها من مُتطلبات البنية التقنية التي تُمثل ضـــرورة حتمية لتحقيق عملية الدمج؛ وإنما تهيئة المُتعلمين لعالم مُختلف موجّه بالتقنية ويتميــز بشــفافية ثقافية واجتماعية، وتنافس اقتصادي وحضاري، أدى إلى ظهور مجموعة مــن المفــاهيم التــي ترتبط بمفهوم التربية الإعلامية، قام بتحديدها (Oxstrand, 2009)، ويُمكن عرضها– بإيجاز – فيما يأتي:

الثقافة المعلوماتية "Information literacy"، يُشير هذا المفهوم إلى بعض المهارات الفنية اللازمة للتعامل مع تقنيات عصر المعلومات وهذه المهارات تتعلق بالتعامل الســليم مــع المصادر الإلكترونية للمعلومات مثل الإنترنت، والتعرف على المعلومات المطلوبــة، والقــدرة على الحصول عليها، وتقييمها، والاستخدام الفعــال للمعلومــات كنتــاج للتطــور، والانفجــار المعلوماتي المُعاصر (American library association, 1989). ويستطيع الفرد المُكتســب لمفهوم **الثقافة المعلوماتية**، أن:

- يستخدم المعلومات بفاعلية وكفاءة لتحقيق أهداف مُحددة.
- يستخدم المصادر التقنية لحل المشكلات واتخاذ قرارات منطقية.
- يختار مصادر معلوماتية وابتكاريه تقنية بُناءً على مُلائمتها لإنجاز مهام مُحددة.

وللثقافة المعلوماتية عدة معايير، التي يتم من خلالها معرفة مدى إكساب المُتعلم لمهارات الثقافة المعلوماتية في التعلُم، ويُبين الجدول التالي معايير الثقافة المعلوماتية للمتعلم المدرسي (Information Power, 1998).

جدول (١)

معايير الثقافة المعلوماتية للتعلم المدرسي

	المجال	المعيار الذي ينبغي توافره لدى المتعلم
١	الثقافة المعلوماتية	**معيار(١)**: المُتعلم المُثقف معلوماتيًا يصل إلى المعلومات بكفاءة وفاعلية.
		معيار(٢): المُتعلم المُثقف معلوماتيًا يقوّم المعلومات تقويمًا ناقدًا ومتمكنًا.
		معيار(٣): المُتعلم المُثقف معلوماتيًا يستخدم المعلومات بدقة وإبداع.
٢	استقلالية المتعلم	**معيار(٤)**: المُتعلم الذي يُعد متعلمًا مستقلاً، هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا والذي يتابع المعلومات المتعلقة بالاهتمامات الشخصية.
		معيار(٥): المُتعلم الذي يُعد متعلمًا مستقلاً، هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا والذي يقدّر الأدبيات التعليمية والصور ألابتكاريه الأخرى من المعلومات.
		معيار(٦): المُتعلم الذي يُعد متعلمًا مستقلاً، هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا والذي يجاهد للتميز في الحصول على المعلومات وتوليد المعرفة.
٣	المسئولية الاجتماعية	**معيار(٧)**: المُتعلم الذي يُساهم إيجابيًا للتعلم المدرسي وللمُجتمع هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا الذي يقر بأهمية المعلومات للمُجتمع المعاصر.
		معيار(٨): المُتعلم الذي يساهم إيجابيًا للتعلم المدرسي وللمُجتمع هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا الذي يمارس سلوكيًا أخلاقيًا بالنسبة للمعلومات وتقنية المعلومات.
		معيار(٩): المُتعلم الذي يساهم إيجابيًا للتعلم المدرسي وللمُجتمع هو المُتعلم المُثقف معلوماتيًا الذي يشارك بفاعلية في العمل لجماعي لمتابعة المعلومات وتوليدها.

وقد حدد بدر الصالح (٢٠٠٧) العلاقة بين التربية الإعلامية والثقافة المعلوماتية من خلال بعض من المفاهيم وفئاتها الرئيسة، وهي كما يلي:

التفكير الناقد، ويشمل: التفكير الإبداعي لإنتاج مواد إعلامية أصيلة - بالنسبة للفرد نفسه - على المستوى الشخصي، والمستوى الثقافي (إضافة هادفة لمجال ثقافي معين). وتوظيف مهارات التفكير العليا مثل التحليل والمقارنة والاستنتاج والتفسير والتقويم والدمج عند تناول قضايا إعلامية معينة. وإصدار الأحكام حول الثقة والمصداقية لمصادر إعلامية محددة.

الاتصال الفعال، ويشمل: استخدام تقنيات الاتصال من بُعد في التعاون والنشر والتفاعل مع الأقران والخبراء وأفرادًا آخرين في مجال القضايا الإعلامية ذات الاهتمام الشخصي. واستخدام أنواعًا مُتعددة من التقنيات ووسائل الاتصال لنقل المعلومات والأفكار الخاصة بالتحليل أو النقد حول محتوى إعلامي لجمهور محدد.

الثقافة البصرية، مفهوم يرتبط بمفهوم التربية الإعلامية، وبما يحويه من وسائل إعلامية، مثل: التلفزيون، والسينما، والمطبوعات، وشبكة الإنترنت، والأشكال المُختلفة من الوسائل الرقمية.

ويستطيع الفرد المُكتسب لمفهوم الثقافة البصرية، أن:

- يُحلل الرسائل الإعلامية البصرية، ويحدد مكوناتها، ويُفسر العلاقة بين تلك المكونات.
- يُعبر عن وجهة نظره حول قضية مُعينة بصيغة بصرية.
- يُقوم مغزى الرسائل الإعلامية البصرية وإصدار الحُكم حول مصداقيتها.

الثقافة التقنية، وتشمل: استخدام تقنيات المعلومات في: تحديد مواقع ومصادر معلوماتية حول القضايا الإعلامية والوصول إليها، وتحليل المحتوى الإعلامي وتقويمه، وتكوين وجهات نظر معينة حول محتوى إعلامي معين، ومُعالجة البيانات في قضايا إعلامية معينة وعرض النتائج.

التفاعل الشبكي، ويشمل: فهم وتقدير التنوع والاختلاف الثقافي على المستويات المحلية والعربية والعالمية، والمُشاركة في مُجتمعات افتراضية وتحليل واحترام وجهات النظر المُتعددة حول قضايا ثقافية أو اجتماعية، والعمل كعضو في فريق واكتساب المعرفة والمُساهمة في توليدها من خلال التفاعل الإيجابي مع أعضاءه لتحقيق أهداف مُشتركة.

التوجيه الذاتي، ويشمل: استخدام تقنيات المعلومات في مُتابعة الاهتمامات الشخصية حول القضايا المُختلفة، وتحديد أهداف واضحة للاهتمامات الخاصة وإدارة الوقت والجهود وتقويم فاعلية وكفاءة الإنجاز، واستخدام الأدوات الإنتاجية التقنية في تطوير مهارات إنتاج محتوى إعلامي بصيغ مُبتكرة.

الاستخدام الاخلاقي والاجتماعي لتقنيات المعلومات، ويشمل: فهم القضايا الأخلاقية والثقافية والاجتماعية المُرتبطة باستخدام تقنيات المعلومات في تحليل المحتوى الإعلامي ونقده وتكوينه ونشره، واستخدام تقنيات المعلومات استخدامًا مسئولاً في التعامل مع القضايا الإعلامية، وتطوير اتجاهات إيجابية نحو استخدام تقنيات المعلومات في التعامل مع القضايا الإعلامية. ينطلق هذا المفهوم تحديدًا من اتجاه مُستحدث في أسس ومبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية، حيث يُضيف جانبًا جديدًا للنظرية يتماشي مع مهارات التربية الإعلامية التي ينبغي أن يزود بها الجمهور، وتم اكتشاف هذا البُعد على يد الباحث الأمريكي "Montgomery"، ويرتكز هذا البُعد على أن نظرية المسئولية الاجتماعية لا يجب أن تقوم فقط على مسئولية وسائل الإعلام تجاه المُجتمع، فهذا يُعد نصف النظرية، ويتمثل النصف الآخر في مسئولية الجمهور عن نفسه تجاه ما يشاهده أو يسمعه أو يقرأه، على اعتبار أن المسئولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المُحافظة على قيم المُجتمع وخصوصيته، والدقة والموضوعية عند تقديم المعلومات في وسائل الإعلام فقط؛، وإنما تشمل مسئولية الجمهور في أن يُفكر بشكل ناقد في المضامين الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها كقاعدة مُسلم بها، فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقديًا، ودراسة ما تطرحه وسائل الإعلام من قضايا وأفكار، ومدى توافقها واختلافها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحة (Montgomery, 1966, 190-212).

وفي الآونة الأخيرة بدأ استخدام مُصطلح **الطلاقة المعلوماتية** "Information fluency"؛ ليحل محل مُصطلح الثقافة المعلوماتية؛ نظرًا لأن مُصطلح الثقافة "literacy" قد يُشير إلى مُجرد عدم الجهل بهذه المهارات، وهو نوع من الجوانب السلبية، أما مُصطلح الطلاقة فيشير إلى القدرات الإيجابية لدى الفرد لمحاولة تنمية كفايات إدارة المعلومات. ويُعد مفهوم **المواطنة الرقمية** "Digital Citizenship"، من المفاهيم المُعاصرة المُرتبطة **بالثقافة المعلوماتية** وتعني أن يفهم المُتعلمين الموضوعات الإنسانية والثقافية والاجتماعية المُتعلقة بالتقنيات وبالممارسات الأخلاقية والقانونية المُتعلقة بها (California Emerging Technology Fundm, 2008, 23).

ويستطيع الفرد المُكتسب لمفهوم المواطنة الرقمية أن:

- يُدافع عن التقنيات والمعلومات ويستخدمها بأسلوب آمن، وقانوني، ومسئول.
- يُبين اتجاهًا إيجابيًا نحو استخدام التقنية؛ لدعم التعلم، والإنتاجية.

- يُظهر اتجاهًا إيجابيًا نحو المسئولية الذاتية عن التعلُم المُستمر.
- يُظهر مهارات القيادة تجاه المواطنة الرقمية.

بينما مفهوم الثقافة الرقمية "ICT Digital literacy"، يُستخدم لتوصيف تدريس المهارات التقنية المُرتبطة بالتعلم عبر الإنترنت، ويستخدم هذا المُصطلح مع مُصطلح "computer literacy" ليُعبر عن القدرة على استخدام التقنيات الرقمية وأدوات الاتصال والاتصال الشبكي من أجل الوصول إلى إدارة وتكامل وتقييم وإنشاء وتوصيل المعلومات بهدف وظيفي في مُجتمع المعلومات (California Emerging Technology Fund, 2008). ويلاحظ أن كل من الثقافة الرقمية والثقافة المعلوماتية ترتكزان على اكتساب المهارات الفنية "Technical" الضرورية للتعامل مع الأدوات والوسائل الرقمية الحديثة.

ختامًا؛ يتبين من خلال تلك المُصطلحات أن التربية الإعلامية تُشير إلى معرفة واستخدام العديد من الوسائل الإعلامية، وهي **-في نفس الوقت-** تُشير إلى الفهم الناقد والأهداف الضمنية لهذه الوسائل الإعلامية؛ لذا فإن التركيز في طرح هذه الكفاية يجب أن يكون في اكتساب المهارات النقدية لها (Fransman, 2006, 10).

٢. التطور التاريخي للتربية الإعلامية:

شهدت التربية الإعلامية العديد من التطورات سواء على مستوى مفهومها أو أهدافها أو الاهتمام بها، فهي ليست بالجديدة بالنسبة للعديد من الدول، بل أصبحت مظهرًا من مظاهر التطور في النظام التعليمي الراقي في كثير من الدول. ومن خلال البحث في مراحل التطور التاريخي للتربية الإعلامية، يُمكننا الوقوف على حاضر دراسته، واستشراقًا لمُستقبله. ويُمكن استعرض التطور التاريخي للتربية الإعلامية، عل النحو الآتي:

أولاً- التربية الإعلامية؛ النشأة والتطور:

نشأت التربية الإعلامية؛ عندما اهتمت الولايات المُتحدة الأمريكية بموضوع الفيلم في التدريس من خلال جمعيات مُعلمي اللغة الانجليزية عام ١٩١١م، وفي العشرينيات من القرن الماضي ظهرت الرغبة في استخدام المواد الصحفية والبرامج الإذاعية إلا أن التدريب في هذا المجال لم يكُن منتشرًا، واقتصر فقط على أقسام الإعلام ببعض الجامعات.

كما برزت حركة التربية الإعلامية في أوروبا في الفترة ما بين ١٩٢٠-١٩٤٠م، تحديدًا في فرنسا - **رائدة صناعة السينما** - حيث جرت أولى محاولات استغلال هذه الصناعة في العملية التعليمية (شريفة رحمة الله، ٢٠١٣، ٥٩)، وأشار Fedorov (2008, 85) أن أول فيلم تعليمي يهدف إلى تنمية مهارة التحليل والنقد لدى المُتعلمين تم عرضه عام ١٩٢٢م، ذلك أثناء المؤتمر الإقليمي الأول لأقسام الفيلم التعليمي "Offices Regionaux du Cinema Educateur".

وفي عام ١٩٣٣م نُشر كتاب بعنوان: **"الثقافة والبيئة: تدريب التوعية الناقدة"**، دعا فيه المؤلفان "Leavis & Thompson" إلى ضرورة التدريب على تنمية الوعي الناقد، ومن هنا انتشرت الدعوة إلى التدريب على الاستخدام الناقد لوسائل الاتصال بالمدارس؛ حيث تضمن الكتاب سلسلة من التمارين الصفية تُطبق في الفصل الدراسي باستخدام بعض المواد الصحفية الشعبية والإعلانات، وهي المواد المتاحة في ذلك الوقت (إبتسام الجندي، ٢٠٠٩، ٤٥). بذلك أصبح هذا الكتاب يُمثل أول منهج لتدريس وسائل الإعلام في المدارس، وكان يُنظر إلى وسائل الإعلام حينها على أنها ذات تأثير مُفسد، وأنها وسيلة لعرض الملذات بدلاً من القيم الأصيلة والآداب، وعلية كان الهدف من التربية الإعلامية ووظيفتها حينها، هو تشجيع الطلاب على التمييز، والمقاومة، وتنمية الحكم الصحيح والذوق لديهم؛ من خلال استيعابهم للاختلافات الأساسية بين القيم الخالدة والثقافة الراقية، وبين الثقافة الوضعية والقيم التجارية لوسائل الإعلام (Kubey, 2001, 20-21).

وفي العام نفسه أسست الحكومة البريطانية معهد الفيلم البريطاني "BFI" وقامت برعاية العديد من المؤتمرات في هذا المجال. وبعد ثلاثة أعوام تحديدًا عام ١٩٣٦م أتجه الاتحاد السوفيتي إلى مشروع "سينما وشباب" الذي يهدف إلى وجود مُشاركة من قبل الأطفال والشباب حول ما يروه فيها من أفلام تُنمي لديهم مهارة التفكير الناقد والتذوق الفني.

بينما دخلت التربية الإعلامية بشكل جيد الوسط المدرسي في الفترة ما بين ١٩٥٠-١٩٨٠م لعدة دول، ومنها: كندا، فلندا، اسكتلندا، النرويج، أسبانيا، وذلك لاعتمادهم على المُنتج الإعلامي الأمريكي، الذي تعددت وجهات النظر حول تأثيراته الثقافية على قيم الأفراد، وظلت مُمارسة التربية الإعلامية مُجرد مُبادرات فردية في كل من: أمريكا اللاتينية، والولايات المُتحدة الأمريكية، وبعض الدول الأوربية؛ حيثُ كان يتم تدريسها بصورة اختيارية أو من خلال بعض

النشاطات شبه المدرسية، وفي كثير من الحالات كانت نتاج جُهود فردية من بعض المُعلمين والمُربيين. وبعد التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الرقمية انتقلت التربية الإعلامية من حقل المُجتمع المدني إلى الهيئات الرسمية التي بادرت بتخصيص اعتمادات مالية وبرامج لإنشاء مراكز مُتخصصة وإجراء بحوث في هذا المجال، وتستفيد مُعظم المدارس في أمريكا الشمالية من البرنامج الذي أنجزته جامعة ماكجيل "McGill University" الكندية (عبد الوهاب بوخنوفة، ٢٠٠٥، ٨١).

وفي **الخمسينيات**؛ بدأت مرحلة جديدة يُمكن أن يُطلق عليها مرحلة الدراسات الثقافية والفنون الشعبية، وهي بداية تأسيس الدراسات الثقافية البريطانية؛ حيثُ تم الاهتمام بإجراء الدراسات حول الثقافة البريطانية، فظهرت فكرة التعليم بالشاشة "Screen Education"، ذلك عندما شكل المُعلمون البريطانيون جمعية تدعيم التعليم بالفيلم التلفزيوني "SEFT"، وذلك تزامناً مع الهيمنة التلفزيونية التامة على الإعلام، والجمهور الخارجة عن السيطرة، وتم استخدام الوسائل السمعية والبصرية في الفصول الدراسية المدرسية من قبل المُعلمين الفرنسيين وذلك عام ١٩٥٢م (Fedorov, 2008, 85).

وفي الولايات المُتحدة الأمريكية كانت بدايات متواضعة مقارنةً بجارتها كندا، حيث تُدرس دورات عن السينما في المدارس الثانوية. وفي عام ١٩٥٨م أُدخلت البرامج الصحفية في الفصول الدراسية "Newspaper in the Class Room" بالمدارس الثانوية الأمريكية تحت رعاية جمعية ناشري الصُحف وانضم لهذا البرنامج (٩٥٠٠) مُعلم من أصل إجمالي (٣٤) ألفاً وغطىَ (٥) مليون مُتعلمًا.

وفي **الستينيات**؛ اهتمت مُنظمة اليونسكو بدراسة دور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي وإيجاد إستراتيجية للتعامل مع وسائل الإعلام بما يُحقق الهدف منها (Divina, 2006, 115)، فظهرت مُقررات في فن الإذاعة والتلفزيون تُدرس في (٢٠٠) كلية، كما طبقت وزارة التعليم الفرنسية نظرية الجماليات في تشجيعها للمُعلمين لاستخدام الفيلم في التدريس، وإشراك المُتعلمين في صناعة الأفلام (Victor, 2002, 334). وعُرفَ حينها فهم المُشاهد/ المُتقي على أنه لوح أملس "Tabula Rasa"، ويُقصد به العقل قبل تلّقيه أي انطباعات خارجية؛ أي حالة من الفراغ والاستعداد لكتابة الرسائل القوية من وسائل الإعلام الجماهيري، وعليه كانت الأجندة التعليمية هي التطعيم، وذلك لحماية الأطفال والمُجتمع والقيم الاجتماعية

من تــجاوزات الرسائــل الإعلامية الفاسدة، وكانت الأدوات ُمتمثلة في التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام الفاسد، والتقدير الجمالي للإعلام الجيد (إليزابيث ثومان، ١٩٩٠، ٣). وأصبح اصطلاح التعليم بالشاشة سائدًا في حُقبة الستينيات على المستوى العالمي.

نظرًا لتأثير نظرية الفن السينمائي للمؤلف "Authors Cinematography" ارتبطت التربية الإعلامية البريطانية بدراسة وسائل الإعلام كثقافة شــعبية، رغــم أن أفكــار المُنظِّــر الإعلامي الكندي "Mcluhan" لعبت دورًا هامًا في التأثير على الثقافة الإعلامية البريطانية إلا أن النظرية التي هيمنت على الثقافة الإعلامية البريطانية في الستينيات كانت الجماليات. بهــدف تحقيق الأهداف (مكتب التربية العربي لدول الخليج، ٢٠١٣، ٤٩)، وهي كالتالي:

- زيادة الفهم والمُتعة بالسينما والتلفزيون لدى الأطفال.
- تعليم الأطفال تفرد الشخصية في المجتمع الإنساني.
- تحصين الأطفال من الاستغلال التجاري وما شابه.
- تشجيع التعبير عن الذات من خلال الشاشة.

وفي أواخر الستينيات بدأت الدعوة تُروج لأهمية تدريس الإعلام ليس في الجامعــات فقط وإنما في المدارس أيضًا، وهو ما يتضح في "The Newsom Report" الصــادر عــام ١٩٦٣م عن المجلس الاستشاري المركزي للتعليم في العاصمة البريطانية، والــذي يُعــد مــن المحاولات الُمبكرة للاعتراف بأهمية التربية الإعلامية وتعليمها في المدارس كمشروع لحمايــة الأطفال وتدريبهم على النظرة الناقدة والفاحصة لما يُبث من خلال وسائل الإعلام (سماح محمد، ٢٠١٠، ٧).

وفي عام ١٩٦٨م ظهرت جمعيات كندية لمُعلمي التربية الإعلامية، قد اعتمدوا علــى النظريات الجمالية في التربية الإعلامية كما هو الحال في الدول الأخرى. لكن بصــورة عامــة اعِتمدت التربية الإعلامية الأميركية على الفيلم وإشراف المُعلمين على المُتعلمين فــي إخــراج أفلام قصيرة مع التركيز على الجماليات ولغة الفيلم وطرق التصوير، مع ذلك لــم تكُــن هــذه المُقررات إلزامية في المدارس، وقد اُختيرت أفلام سينمائية جادة لتطبيــق النظريــات الجماليــة لتعليم المُتعلمين تقدير الفن الراقي، ورفض الفن الرديء، وتحصينهم ضده وتنمية الأخلاق.

مما سبق يتضح أن؛ التربية الإعلامية واصلت دورها بأن تكون وقائية؛ من خلال تشجيع الطلاب وتنمية القدرة لديهم على التمييز بين الجيد والسيئ في المضامين الإعلامية المُختلفة (Kubey, 2001, 21)، كما تُعد فترة الستينيات بمثابة العصر الذهبي لنظريات الجماليات للتربية الإعلامية الأمريكية خاصة التعليم الجامعي؛ حيث أُدمجت مُقررات التربية الإعلامية في منهج تدريس الأدب بالجامعات الأمريكية (مكتب التربية العربي لدول الخليج، ٢٠١٣، ٥١).

وفي **السبعينيات**؛ بدأت مُنظمة اليونسكو الترويج للتربية الإعلامية ووضعتها على قائمة أولوياتها، وبدأت بتصميم نموذج للمنهج العام للمُشتغلين بتعليم وسائل الإعلام في المدارس الثانوية، وتم إدُراج التربية الإعلامية ضمن مناهج وزارة التعليم الفرنسية، حتى أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال جزءًا أساسيًا من المنهج القومي في المدارس الثانوية (Victor, 2002, 334). وتم تقديم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية الابتدائية الفنلندية في عام ١٩٧٠م، وإلى المدارس الثانوية في عام ١٩٧٧م، ولكن ليست كوسائل الإعلام والتعليم التي نعرفها الآن.

فظهرت نظرية الشاشة، من خلال كتابات أحد رواد التربية الإعلامية "Len Masterman"، أولهما- "كتاب "التعليم عن التلفزيون" عام ١٩٨٠م، والثاني- كتاب "تدريس الإعلام" عام ١٩٨٥م، والذي ربط فيها الجوانب الرئيسية بالتساؤلات اللغوية، والعقيدة، والتمثيل. وكان الكشف عن طبيعة النصوص الإعلامية، هو الهدف الأساسي للتربية الإعلامية في تلك المرحلة؛ وذلك لبيان كيفية عمل وسائل الإعلام، وتعزيز الأفكار الخاصة بالجامعات المُهيمنة داخل المُجتمع؛ ذلك من خلال التشجيع على الطُرق التحليلية ذات الدقة والموضوعية، على أن يكون التحليل مقرونًا بالدراسة التفصيلية لاقتصاديات وسائل الإعلام؛ وكان ذلك يتم من خلال حث المُتعلمين على تنحي مصالحهم وميولهم الذاتية جانبًا، والدخول في أشكال التحليل المنهجي الذي من شأنه أن يكشف عن الأهداف الخفية لوسائل الإعلام، وبالتالي تحرير المُتعلمين لأنفسهم من نفوذها.

وأصبحت أسئلة هذا المنهج هي: من هم المستفيدين من المواد الإعلامية؟، وما هي أهميتها بالنسبة لهم؟، ولماذا هي مهمة؟، وما هي معايير الحكم على أهميتها؟ (Kubey, 2001, 24). أما عام ١٩٧٣م ظهر الاهتمام بالمبادرات الإعلامية التي أُطلق عليها مُصطلح الاتصال

التربوي "Educommunication"؛ أو التربية الإعلامية بواسطة المجلس الدولي للفيلم والتلفزيون "IFTC: International Film and TV Council".

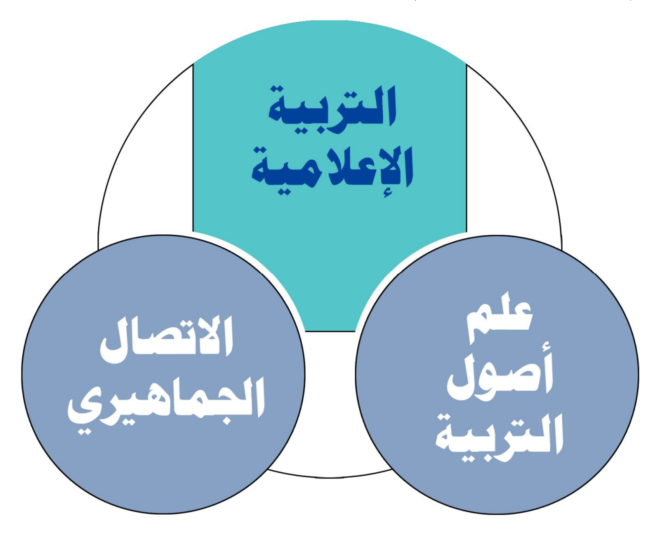
وفي **الثمانينيات**؛ فقد شهد عام ١٩٨٢م ميلاد التربية الإعلامية، وفقًا لإعلان جرانوالد "Grunwald Declaration"، فبدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، فتطور العقل من تغذية وتعزيز الرأي الجمالي الحاد إلى تغذية المعلومات الناقدة (إليزابيث ثومان، ١٩٩٠، ٣). فطالبت اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بقوة الرسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية (محمد عبد الحميد، ٢٠١٢، ١٠٤). والجدير بالذكر أن تعليم وسائل الإعلام كان إلزاميًا في السويد منذ عام ١٩٨٠م.

وفي عام ١٩٨٤م أصدرت مُنظمة اليونسكو أيضًا كتاب بعنوان **"التربية الإعلامية"**، والذي يُعد من أوائل الإصدارات في هذا المجال، رغم انتشار المُصطلح في كثير من الدول، ومنها: انجلترا، استراليا، دول شمال أوروبا، ثم اتسعت ماهية هذا المُصطلح لتشمل محو الأمية المرئية والسمعية والحاسوبية والمعلوماتية والشبكة العنكبوتية، إضافة إلى امتلاك منظومة قواعد التواصل والمّشاركة الايجابية مع وسائل الإعلام المُتعددة (Potter, 2001).

وفي كوريا الجنوبية نشأت وتطورت التربية الإعلامية بطريقة مُستقلة وفريدة من نوعها في ذلك الوقت، وذلك من خلال حركة مُشاهدي التلفزيون، التي أُطلقت في مُنتصف الثمانينيات تحديدًا في إبريل عام ١٩٨٦م، وفي أواخر الثمانينيات بدأ المُعلمون في تدريس التربية الإعلامية، وإن كان ذلك بشكل رئيسي غير مُنتظم، من خلال أنشطة إضافية غير منهجية. وحسب تقرير إليزابيث ثومان (١٩٩٠، ٣)، فقد بدأت التربية الإعلامية أساسًا كأداة لحماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وهو ما يُعرف بنموذج الحماية "Protectionist Approach"، وعندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري جزءً من الثقافة اليومية للفرد، اتسعت معها النظرة إلى التربية الإعلامية ليُصبح الفرد قادرًا على تحليل وتفسير ونقد ما يُشاهده أو يسمعه، وهو ما يُعرف بنموذج المتلقي النشط "Critical Autonomy".

من خلال هذا المنظور يُصبح هدف التربية الإعلامية مُتمثل في تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية ناقدة نشطة، ومُساعدة الأفراد على تكوين الوعي النقدي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه (بدر

الصالح، ٢٠٠٧، ٣)، واُستُخدم مفهوم التربية الإعلامية في ذلك الوقت بصفة كلاسيكية، حيثُ كان الاتصال الجماهيري مُستندًا على علم أُصول التربية، وذلك ما يوضحه الشكل التالي.



شكل (٢) العلاقة الكلاسيكية للتربية الإعلامية

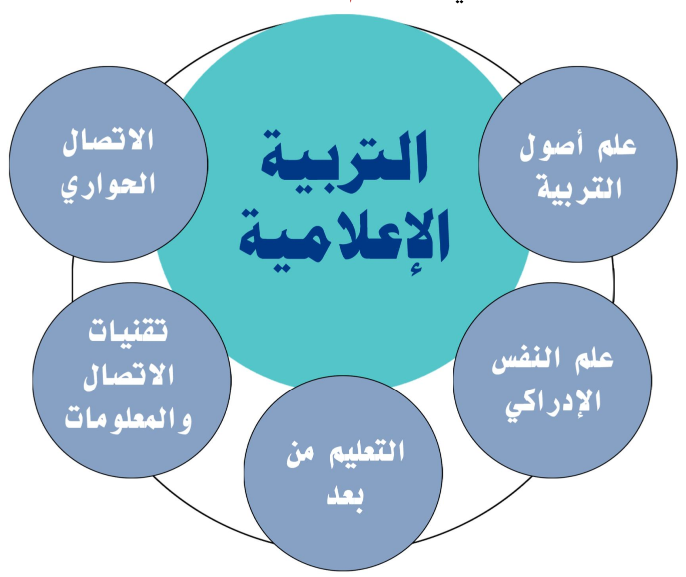
أما في **التسعينيات**، أصبح الجمهور مُنتجًا للمعاني؛ نتيجة التطور في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأصبح تمكين الجمهور من مُعالجة الرسائل الإعلامية وإنتاج معاني ذات صلة بالنواحي الشخصية والمُجتمعية هو الهدف التعليمي (إليزابيث ثومان، ١٩٩٠، ٣).

وفى عام ١٩٩٣م انطلق مشروع التربية الإعلامية في نيو مكسيكو لإدخال التربية الإعلامية في منهج التعليم الثانوي، وبعيدًا عن المواعظ والمواقف تجاه هذا النهج الذي أهتم بالتركيز على المُتعلم، فتم تقديم مشروع القانون الدنماركي بالاعتراف بتعليم وسائل الإعلام واعتباره جزءًا لا يتجزأ من التعليم المدرسي؛ ذلك في عام ١٩٩٤م. وفي نفس العام دخلت مؤسسات التعليم العالي أيضًا في مجال التربية الإعلامية مثل معهد هارفارد الذي دعا ١٠٠ من رجال التربية والبحث والإعلام لتصميم منهج وتطوير خطط لتكامل مفاهيم التربية الإعلامية.

وفي **مُنتصف التسعينيات**؛ تم إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقامت اللجنة الأوروبية بتمويل مشروع بقيادة مُنظمة اليونسكو ضمن برنامج نشر التربية الإعلامية وسمي بمشروع المِنيتور، والذي تحول فيما بعد إلى منظمة المِنيتور "Minetor Association"، ويهدف هذا المُشروع إلى توفير وإعداد مُعلمين للمرحلة الثانوية يمتلكون الموارد والمهارات الأساسية لتدريس الإعلام، حتى يستطيع المُتعلمين فهم المواد الإعلامية المُقدمة لهم. وتذكر كل من Cyndy & Faith (2004, 3)، أنه في تلك الفترة كان التحول نحو التمكين؛ أي التشديد

على التفكير الناقد ومهارات الإنتاج الإبداعي. وفي عام ١٩٩٦م وضعت جامعة هونج كونج التربية الإعلامية كمادة اختيارية للمُتعلمين بمرحلة الدراسات العليا.

بنهاية **القرن العشرين**؛ حدث تغير تدريجي في مفهوم التربية الإعلامية، فتحول الاتصال الجماهيري التقليدي إلى تناول المعلومات الحديثة وتقنيات الاتصال المعاصرة، فانصب التركيز على الوسائط المُتعددة الرقمية، حيث أكدت النظرة المُعاصرة على ضرورة أن تهتم التربية الإعلامية بتحليل الأدوات والاستراتيجيات والبرامج الإعلامية من خلال التطبيقات التربوية، وذلك ما يوضحه الشكل التالي (عصام جابر، ٢٠٠٨، ١٣).



شكل (٣) وجهة النظر المعاصرة لعلاقة التربية الإعلامية بالسياقات النظرية والعملية

في بداية **القرن الواحد والعشرين**؛ انتشر مفهوم التربية الإعلامية في الدول الأوربية والولايات المتحدة الأمريكية إلى درجة واسعة، وتم دعمها ببحوث ونظريات وأدوات تعليمية وإعلامية قائمة بذاتها (شريفة رحمة الله، ٢٠١٣، ٦٠). وخلال عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٤م تم عقد دورات تدريبية تجريبية على محو الأمية الإعلامية للمُعلمين في مدرسة جاكرتا وكانت تحظى بدعم مُنظمة اليونسكو لها، وكانت تهدف إلى تنمية مهارة التعامل الواعي مع وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية وذلك خارج ساعات العمل المدرسي (Hendriyani, 2011, 2).

وفي عام ٢٠٠٣م وضعت هونج كونج التربية الإعلامية كمادة اختيارية لطلاب الماجستير، ومنذ ذلك الوقت بدأ نمو التربية الإعلامية في هونج كونج ملحوظًا، وأصبحت التربية الإعلامية أحد عوامل إصلاح العملية التعليمية. وفي عام ٢٠٠٦م قامت منظمة اليونسكو

بإصدر كتاب بعنوان: "Media Education Akit of Teacher, Students, parents and Professional"، تضمنت فصوله تعريفات للتربية الإعلامية قامت على تحديد الأهداف الخاصة بالمُعلمين والمُتعلمين، التي تستهدف تطوير الإدراك النقدي ، والمُشاركة النشطة، وتطوير القدرات الخاصة بالنقد والإبداع، ولا شك في أن وسائل الإعلام تُساعدنا على فهم العالم ومكانتنا فيه، وأن التربية الإعلامية تشمل القُدرة على التحليل والإنتاج؛ بينما ما تزال عددًا من دول العالم النامي في وضع مُتأخر بهذا المجال، ويبدو هذا واضحًا في أفريقيا وآسيا.

يتضح من ذلك بأن تطور التربية الإعلامية نقل الهدف من دائرة الإعلام التربوي إلى دائرة التربية الإعلامية التي تستند على فلسفة التعليم المُستمر الذي يؤهل المُتعلم لإصدار الأحكام الذاتية المُستقلة خارج أسوار المدرسة ويحثه على الإنتاج الذي يعبر عن ذاته.

وعن كيفية مُساندة ودعم وتطوير التربية الإعلامية في المستقبل هناك مجموعة من التوصيات لدعم ومُساندة مُستقبل التربية الإعلامية (How to Develop Media Literacy in the future, 2005)، تشتمل على ما يلي:

- يجب أن تكون التربية الإعلامية حركة ذات أساس قوي، فيجب أن يكون هُناك العديد من المُناصرين لها من أجل نشرها وتعميمها.
- يجب أن تُعطي السلطات التعليمية تأييدًا واضحًا لبرامج التربية الإعلامية من خلال وضع مناهج دراسية خاصة بها، وتوفير كُتيبات ومواد مسموعة ومرئية وكافة المواد اللازمة لتدريس التربية الإعلامية.
- توفير المُعلمين المُدربين على تدريس التربية الإعلامية للمُتعلمين.
- تحقيق التكامل والتعاون بين المُعلمين والوالدين ووسائل الإعلام ومؤسسات المُجتمع المدني في نشر الوعي بالتربية الإعلامية.
- عقد ورش عمل ومؤتمرات مُتخصصة في التربية الإعلامية لبحث إمكانية نشرها وتطبيقها.

فدعم ومُساندة التربية الإعلامية يتطلب مسئولية مُشتركة من قبل مؤسسات المُجتمع الرسمية وغير الرسمية (بدر بن أحمد، ٢٠٠٨). وتُعد مسئولية نشر مفهوم التربية الإعلامية مُشتركة بين الجميع من تربويين وإعلاميين ومؤسسات المُجتمع المدني للتوعية بهذا المفهوم أولاً

ومن ثم المبادرة لنشره وتفعيله (فهد العسكر، ٢٠٠٧، ٥٣). وهُناك العديد من عناصر دعم التربية الإعلامية، قد أوردتها رشا عبد اللطيف (٢٠١١، ١٤٤-١٧١) في دراستها، يُمكن الإشارة إليها – بإيجاز - فيما يلي:

– **الأسرة؛ ومسئوليتها في دعم التربية الإعلامية:** تُعد الأسرة من أهم عناصر التنشئة الاجتماعية، كما تُعد من أهم المؤسسات التربوية التي يعهد إليها المُجتمع بالحفاظ على هويته وضبط سلوكيات أفراده لتأمين استقراره (فتحية القرشي، ٢٠٠٧، ٢)، لذا نؤكد على أن الأسرة هي اللبنه الأولى في حياة الطفل فهي التي تغرس فيه الأخلاق والقيم والعادات والتقاليد وتعاليم الدين الصحيحة، لذا يجب على الأسرة أن تقوم بتعزيز السلوك اللاعدواني هذا من جهة ومن جهة أخرى مُتابعة البرامج المُقدمة لأطفالهم ومشاركتهم أثناء مُشاهدة التلفزيون وذلك للإجابة على استفساراتهم وتحقيق أعلى استفادة مُمكنة من عملية المُشاهدة (محمد الشامي، ٢٠٠٦).

وإنطلاقًا من أهمية دور الأسرة في تربية الأبناء بشكل عام، فأنها تتحمل بشكل كبير مسئولية تربية أبنائهم إعلاميًا ودعم أُسس ومهارات التربية الإعلامية لديهم، وهذا ما أكدته المادة الثالثة من ميثاق حقوق الطفل في الإسلام (٢٠٠٣، ٣)، حيث أكدت على أهمية دور الأسرة فى تربية أبنائهم إعلاميًا، وحمايتهم من التأثيرات الإعلامية السلبية، على اعتبار أن الأسرة هى الرقيب والمربي الأول لأبنائهم عند تعاملهم مع وسائل الإعلام من خلال التوجيه والإرشاد والرقابة والمتابعة.

فدورالأسرة أكبر من دور المؤسسات التعليمية والجمعيات والقوانين الحكومية، فالولدان في موقع قوة تُمكنهما من السيطرة على الأبناء فيما يتعلق بعادات استخدامهم لوسائل الإعلام (عبد الرحيم درويش، ٢٠٠٦، ٢١٣)، وتُشير أغلب الدراسات إلى أن التربية الإعلامية كمجال جديد ما زال في مرحلة التجريب، مما يُلقي بعبأ تحمُل مسئولية دعمها بين الأطفال على الوالدين الذين أعتبرتهم العديد من البحوث العلمية القادر الوحيد على حماية الأطفال من مخاطر وسائل الإعلام، لذا اهتمت دول أوربا الغربية بتأهيل الوالدين للقيام بهذا الدور وذلك من خلال تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية وإنتاج مواد تعليمية يتم نشرها من خلال مؤسسات المُجتمع المدني (هبه السمري، ٢٠٠٤، ٢٥).

– **المؤسسات التعليمية؛ ومسئوليتها في دعم التربية الإعلامية:** إن المؤسسات التعليمية (المدرسة، والجامعة) لا يقتصر دورها على التلقين العلمي فقط، بل يمتد دورها إلى تنمية مهارات الطلاب الإعلامية، من خلال تدريب وتعليم المُتعلمين على حُسن استخدام وسائل الإعلام وكيفية التعامل مع مضامينها بوعي، وفي نفس الوقت التنبيه إلى أخطار ما تُقدمه هذه الوسائل، حيث يجب على النُظم التربوية تحمُل مسئولية إيجاد تربية جديدة تتواكب مع العصر يكون عمادها النقد، وتحرير الفرد من الانبهار بالتكنولوجيا وجعله أكثر إيجابية، وأكثر وعيًا ومسئولية في تعامله مع وسائل الإعلام (أمال سعد، ٢٠٠٣، ٢٠).

– **وسائل الإعلام؛ ومسئوليتها في دعم التربية الإعلامية:** لا يختلف أثنين على أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات وتشكيل الرأي العام ووضع أجندة الجمهور، فهي مُحرك اجتماعي فاعل، بالإضافة إلى قدرتها على نشر الأفكار المُستحدثة بين أفراد الجمهور، لذا فأن لوسائل الإعلام القدرة على تبني مفهوم التربية الإعلامية كمفهوم جديد، ونشره ودعمه وإقناع الجمهور به (فاطمة فيصل، ٢٠٠٧، ٨)، وكثيرًا ما تستهدف التربية الإعلامية إعداد الإعلاميين كي يُساهموا بفاعلية في تحقيق فاعلية وسائل الإعلام بشأن قضايا مُعينة في المُجتمع، ومع التسليم بتعدد أبعاد التربية الإعلامية، فأن أحد مُخرجاتها الهامة أن يمتلك الإعلاميون مقومات التأثير في سلوك الجمهور، فلابد أن يمتلك الإعلاميون المعرفة والمهارات والاتجاهات والقيم التي يتمكنون بواسطتها من التأثير الإيجابي الملموس في علاقة الناس بوسائل الإعلام، بحيث يكون لدى الجمهور الحس الانتقائي السليم، لذلك لابد أن يحرص القائمون بالاتصال على أن يمتلك جمهورهم رؤية نقدية حتى يتمكن الجمهور من التمييز بين الغث والسمين لما يتلقاه من وسائل الإعلام.

– **جماعات الضغط؛ ومسئوليتها في دعم التربية الإعلامية:** تُعد جماعات الضغط على وسائل الإعلام هامة جدًا في أي مُجتمع، حيث يكون لها دور هام في تقليل سلبيات وسائل الإعلام، وتساهم في تقليل المحتوى السلبي لمضامين وسائل الإعلام، وتوجد العديد من جماعات الضغط على وسائل الإعلام في الدول المُتقدمة، وبالفعل نجحت هذه الجماعات من خلال الحملات التي تقوم بها في إلزام وسائل الإعلام وصانعي السياسات الإعلامية بمبادئ المسئولية الإجتماعية فيما يقدموه من مضامين للجمهور (Turow, 2001, 40-41).

فجماعات الضغط على وسائل الإعلام لها دور هام جدًا في مُناصرة ودعم جهود التربية الإعلامية في أي مُجتمع، فمن خلال جماعات الضغط، والحركات المُنادية بتوعية الجمهور بترشيد استهلاكه وإيجابية تفاعله مع الوسيلة الإعلامية، كما يُمكن للتربية الإعلامية أن تسطع للنور، وأن تنتشر بين جميع أفراد وفئات الجمهور، ومنها: الأسرة، المدرسة، وسائل الإعلام، وجميع مؤسسات المُجتمع سواء الرسمية أو المدنية (Bob Mc Cannon, 2006, 362-366).

ثانيًا- المؤتمرات الدولية الخاصة ببلورة مفهوم التربية الإعلامية:

أسهمت الأحداث العالمية على الرغم من عدم كفايتها في تنمية الوعي بشأن دور وسائل الإعلام قديمًا وحديثا وتنمية الفهم بدور المعلومات والاتصال، ويُمكن القول أن التطور المعرفي والتكنولوجي والتطورات الاقتصادية الوطنية والعالمية، رافقه اهتمام مُتزايدًا بالتربية الإعلامية، بذلك حرصت العديد من دول العالم على الاهتمام بالتربية الإعلامية، والعناية بتدريسها في مراحل العملية التعليمية المُختلفة، وإعداد خطط وبرامج مُتخصصة في التربية الإعلامية.

ظهرت العديد من الجمعيات التي تُروج للتربية الإعلامية في الولايات المُتحدة، منها: مركز التربية الإعلامية في لوس أنجلوس، مركز استراتيجيات التربية الإعلامية في سان فرانسيسكو، المجلس الإعلامي القومي في ماديسون، مركز المواطنين المُطالبين بالتربية الإعلامية في نورث كارولينا. كما اهتمت الكثير من المُنظمات الدولية، وعلى قمتها: اليونسكو، والمفوضية الأوروبية، ومجلس الاتحاد الأوروبي، واتحاد الحضارات، والايسيسكو، وسيجيب، وجامعة الدول العربية، ومؤسسة نورديكوم الدولية لرعاية الأطفال والشباب والإعلام، وغيرها من المؤسسات، بالدعوة لتقديم الدعم الفوري لمُختلف دول العالم بشأن التربية الإعلامية، فنظمت عديد من الدول خلال السنوات الماضية من القرن الماضي والحالي مجموعة من المؤتمرات والاجتماعات وورش العمل حول موضوع التربية الإعلامية نظريًا ومنهجيًا، كما أوصت العديد من المؤتمرات على ضرورة إكساب مهارات التربية الإعلامية، وذلك من خلال إدراج التربية الإعلامية السليمة في المناهج الدراسية المُختلفة، ومدّ الأجيال الناشئة بما يُمكنها من تفادي سلبيات مضامين وسائل الإعلام، كما أوصت على ضرورة تطوير مفهوم التربية الإعلامية

ليتسع ليشمل المُستجدات الحديثة، ويتم استعراض أهم هذه المؤتمرات فيما يلي، وذلك حسب التسلسل الزمني:

ففي مُلتقى خبراء اليونسكو المُنعقد في باريس عام ١٩٧٩م، خرج الخبراء بتوصيات تتبنى مفهوم أوسع للتربية الإعلامية؛ لتشمل جميع طُرق الدراسة والتعلم والتدريس لكل المستويات والمراحل التعليمية، وفي كل الظروف، وتقويم العملية الإعلامية، من حيث: المُمارسة، والتقنيات، والتأثيرات الاجتماعية، والمضامين الصادرة عن الوسائل المُختلفة، والمُشاركة فيها والتكيف معها، وإدراك دور وسائلها في الإبداع (محمد عبد الحميد، ٢٠١٢).

بينما بدأت الدعوة العالمية بشأن التربية الإعلامية فعليًا بإصدار إعلان جرانوالد "The International Symposium on Media Education at Grunewald, 1982" بشأن التربية الإعلامية في مدينة جرانوالد بجمهورية ألمانيا الفدرالية بالإجماع بواسطة ممثلي تسعة عشر دولة؛ وذلك خلال الندوة العالمية لليونسكو، وأشار الإعلان إلى ضرورة قبول الاختراق الإعلامي كحقيقة ماثلة بديلاً عن إصدار الأحكام بالإدانة، وإدراك دور الإعلام في التنمية. وأكد الإعلان على أن أنظمة التعليم النظامية وغير النظامية لا تقوم بالترويج للثقافة الإعلامية مما أدى لوجود فجوة بين الخبرات التربوية وبين الحياة الواقعية، كما طالبت بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بقوة الرسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة، حتى يستطيع مواجهة الآثار السلبية لوسائل الإعلام، فيتكون مفهوم المواطن المسئول في مُعاملته لوسائل الإعلام.

وقد دعا الإعلان في النهاية إلى:

- البدء في إعداد وتوفير الدعم لبرامج التربية الإعلامية بدءاً من مرحلة الروضة وحتى المستوى الجامعي.
- إعداد البرامج التدريبية للمعلمين والمشتغلين في هذا المجال من أجل زيادة فهمهم ومعارفهم حول وسائل الإعلام وتدريبهم على أساليب التدريس الملائمة.
- تشجيع الأنشطة والبحوث الخاصة بتطوير مجال الثقافة الإعلامية.
- العمل على تشجيع أنشطة اليونسكو التي تهدف لتدعيم التعاون الدولي في مجال الترويج للثقافة الإعلامية.

وفي عام ١٩٨٩م عقدت اليونسكو مؤتمر في باريس بعنوان: **"تطوير التربية الإعلامية الانتقادية"**؛ بهدف دعم وتطوير الوعي الانتقادي في التفاعل مع الرسائل الإعلامية المتلقاه، وتعليم جمهور وسائل الإعلام الدفاع عن حقوقهم في التفاعل الواعي مع المضامين الإعلامية (ندوة أسبانيا، ٢٠٠٣، ٢)، وفي نفس العام تبنى المجلس الأوروبي التربية الإعلامية من خلال وثيقة اسطنبول تحت عنوان: **"مُجتمع المعلومات: تحد للسياسات التربوية"**.

وفي يوليو عام ١٩٩٠م عُقد المؤتمر الدولي لجامعة تولوز الفرنسية "University of Toulouse"، بعنوان: **"الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية"**، حيث اجتمع ١٨٠ مندوبًا من ٤٠ دولة من مُعلمي ومختصي التربية الإعلامية، برعاية اليونسكو ومعهد الأفلام البريطانية ومركز "CLEMI"، للتباحث حول مُستقبل التربية الإعلامية، والوقوف على تطور التعليم في مجال الإعلام، وطبيعة ذلك التطور، وقد وضع المؤتمر التعريف الأساسي لمُصطلحات التربية الإعلامية والتوعية الإعلامية والثقافة الإعلامية، وأشار المؤتمر إلى أن أكثر المُصطلحات شيوعًا هو التربية الإعلامية "Media Literacy"؛ بمعنى قُدرة الأفراد على قراءة وفهم المعلومات المُتاحة من أجل المُشاركة في المُجتمع، كما أن مُصطلح التربية الإعلامية يشمل كلاً من المعرفة الدقيقة ببناء المُجتمع، والنظام الاقتصادي ووظائف وسائل الإعلام في المُجتمع بالإضافة إلى المهارات التحليلية اللازمة لفهم جماليات وفهم المضامين الإيديولوجية في رسائل وسائل الإعلام.

ومن أبرز توصيات هذا المؤتمر؛ ضرورة العمل على إعداد النشء لخدمة مُجتمعاتهم، وذلك بالاهتمام بمفهوم الإعداد "Preparation"، ليكون الأفراد قادرين على المُشاركة الفاعلة في مُجتمعاتهم، من خلال الاختيار أو الانتقاء بالرؤية الناقدة للمحتوى الإعلامي، ومن ثم تقديم رؤى خاصة بكل فرد تظهر قدراته الإبداعية في التعامل مع وسائل الإعلام، **كما أشار المؤتمر إلى العناصر المطلوبة لتطوير التربية الإعلامية في أي من البلدان، وهي:**

- وضع المعايير الإرشادية للمناهج على المستوى القومي والإقليمي من خلال السلطات المسئولة عن العملية التربوية.

– إعداد البرامج التدريبية للمُعلمين على المستوى الجامعي وليس من خلال الدرجات العلمية المُتخصصة في الدراسات الإعلامية، ولكن من خلال درجات جامعية في تخصُصات التربية تشمل دراسات إعلامية مُتخصصة.

– تقديم الدعم للمُعلمين المسئولين من خلال البرامج التربوية والدورات المُتخصصة، حتى يتمكن المعلمون من تنمية مهاراتهم في هذا المجال.

– توفير الموارد التربوية اللازمة للتدريس، مثل: الكتابة والاختبار ونشر الكتب وخطط الدروس والأنشطة والفيديو – اللازمة لتدريس التربية الإعلامية.

بينما دعت **جامعة أونتاريو** عام ١٩٩٠م بتنظيم مؤتمر عالمي للتربية الإعلامية في جامعة جولف، كذلك تم عقد مؤتمر أخر في عامة ١٩٩٢م. ويُمكن تحديد الهوية الأفريقية للتربية الإعلامية وإرجاعها للعصر المُرتبط بالعولمة الاتصالية. ففي جنوب أفريقيا، تم عقد **المؤتمر الوطني الأول للإعلام والتربية والتعليم**، فقد تطور الطلب المُتزايد على التربية الإعلامية من تفكيك الفصل العنصري وانتخابات ديمُقراطية عام ١٩٩٤م، وكانت المناهج الدراسية الوطنية الجديدة في مراحل الكتابة منذ عام ١٩٩٧م، لأن هذه المناهج تسعى جاهدة لتعكس قيم ومبادئ المُجتمع الديمقراطي (Wikipedia, Media literacy).

تلا ذلك **المؤتمر القومي للتربية الإعلامية** بأمريكا عام ١٩٩٢م (Aufderheid, 1992, 6). وبعد عام؛ تحديدًا عام ١٩٩٣م عُقد مؤتمر شومون "Chaumont" بفرنسا بعنوان: **"مكانة التربية على التعامل مع الوسائل السمعية – البصرية في مُخططات الدراسة"**، وفي عام ١٩٩٥م تم عقد **مؤتمر كاليفورنيا** تحت رعاية المجلس الوطني للاتصال والإعلام "The National Telemedia Council" الذي ضم أكثر من ٣٠٠ مُختص في التربية الإعلامية (عبد الوهاب بوخنوفة، ٢٠٠٥، ٨٢).

وفي عام ٢٣-٢٥ مايو ٢٠٠٥م. **عُقد مؤتمر محو الأمية الإعلامية** من جانب مدرسة الاتصالات في جامعة مارموا باسطنبول، وقد اقترح المؤتمر الحاجة المُلحة للتربية الإعلامية خاصةً للأطفال. وبدأ المُجتمع الكوري التربية الإعلامية في عقد مؤتمر وطني عن التربية الإعلامية في عام ١٩٩٧م، من أجل توفير مُنتدى للمُعلمين والعاملين النشطاء والأكاديميين لتبادل الخبرات ومُناقشة القضايا.

وفي عامي ١٩٩٨-١٩٩٩م وأفق **المؤتمر العام التاسع والعشرين** لليونسكو على دعم التربية الإعلامية من خلال توفير مُختلف الوسائل والإجراءات لدعمها، ويؤكد ذلك ما قامت به اللجنة التحضيرية واللجنة الوطنية النمساوية لليونسكو بتنظيم مؤتمر فيينا عام ١٩٩٩م بعنوان: **"التعليم من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية"** "UNESCO, Vienna " Educating for The Media and Digital Age, 1999"، الذي حضره ٤١ باحثًا يمثلون ٣٣ دولة، وقد أشار الحاضرون إلى أهمية كل من إعلان جرانوالد، ومؤتمر تولوز بشأن التربية الإعلامية، وقد تطلعت نتائج المؤتمر إلى أن التربية الإعلامية نشاط أكثر ارتباطًا بالسياق العام لكل المُجتمع، والاهتمام بمفهوم التمكن "Empowerment"؛ أي تمكين الجمهور من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المُناسبة بواسطة التربية الإعلامية.

بناءً على توصيات هذا المؤتمر؛ تمت إعداد خطة عمل لدول اليونسكو الأعضاء في برنامج التربية الإعلامية والعمل على إيجاد وسائل إعلام تخص الشباب، وتم التأكيد على أن التربية الإعلامية تعتبر جزءًا من حق كل مواطن في كل بلد من بلدان العالم، وذلك لضمان حرية التعبير وحق الوصول إلى المعلومات، هذا بالإضافة إلى أنه لا غنى عنه لبناء ديُمقراطية مُستقرة ثابتة، كما أكد المؤتمر أيضًا على دور اليونسكو في إعداد البحوث في مجال التربية الإعلامية بالإضافة لتسهيل التلاقي الفكري والتبادل الثقافي والتدريبي بين تجارب الدول المُختلفة، بجانب توفير الشراكة والتمويل لبرامج التربية الإعلامية، وإضافة إلى ذلك أن تقوم اليونسكو بإنشاء مركز دولي للتبادل في مجال الثقافة الإعلامية.

وعُقدت في أسبانيا تحديدًا في ١٥-١٦ فبراير عام ٢٠٠٢م بمدينة إشبيلية الندوة الخاصة بالتربية الإعلامية؛ بعنوان: **"التربية الإعلامية للشباب"** "Youth Media Education, Seville, 2002"؛ وعُقدت هذه الندوة باستضافة تلفزيون الأندلس والمؤسسة الدولية للتلفزيون التربوي، وتمت دعوة ٢٣ مندوبـًا عن ١٤ دولة شاركت في الحلقة النقاشة، وذلك لتأكيد مبادئ مؤتمر فيينا وتوصياته، والاهتمام بالتعريف العملي للتربية الإعلامية، والذي ينُص على أهمية التعرف على مصادر النصوص الإعلامية وأهدافها بالنسبة للجمهور بالإضافة لتحليل وتفسير وتحليل الرسائل بصورة نقدية، ومتابعة تقييم مضمون دورات التربية الإعلامية، وتمثل هدف الندوة في تفعيل التربية الإعلامية من خلال النُظم التعليمية والتربوية الرسمية وغير الرسمية لتمكين الشباب من التحليل النقدي للمواد الإعلامية وتفسيرها وإنتاجها (ندوة

أسبانيا، ٢٠٠٣، ٢)، وأكدت الندوة على إعطاء الأولوية للشباب في سن ١٢–١٨ سنة في التربية الإعلامية بالإضافة لإعداد برامج خاصة بالأطفال من سن ٥–١٢ نتيجة مُتطلبات النمو والارتقاء الحالية، وذلك للعمل على اكتساب المعارف، والتمييز بين الواقع والخيال، وبناء الهوية وتنمية الوعي لدى المواطنين.

وقد أوصى المشاركون في الندوة بما يأتي:

- الاهتمام بإعداد خطط البحوث والبرامج الموجهة لمنتجي البرامج ومتخذي القرار.
- تدريب المُعلمين والممارسين والعاملين في الجمعيات الأهلية.
- الشراكة الإعلامية مع المدارس والجمعيات الأهلية وغيرها من المؤسسات الفاعلة في المجتمع.
- إنشاء مواقع إلكترونية لربط الممارسين بالجمهور العام.
- تقوية وتعزيز مجال العمل للفاعلين في المجتمع المدني من الآباء والمعلمين والجمعيات الأهلية والشباب.

وعلى المستوى العربي لم يكن هُناك نشاط مُحدد خاص بالتربية الإعلامية قبل ورشة العمل التي نظمتها اليونسكو عام ٢٠٠٢م في تونس بهدف تعريف العاملين في مجال الإعلام والتربية والتعليم بمبادئ التربية الإعلامية (إيناس إبراهيم، ورباح رمزي، ٢٠٠٩، ٦٠٦). وفي عام ٢٠٠٣م تم إجراء حلقة عمل بنسيا لوينكي "Thessaloniki" باليونان لعمل نموذج إقليمي لبلدان البحر المتوسط، حيث قام الأخصائيون بوضع تفاصيل منهج التربية الإعلامية آخذين بعين الاعتبار دور الإعلام في حياة النشء والشباب.

وفي عام ٢٠٠٤م قامت مُنظمة اليونسكو وإدارة الاتصال والتعليم بجامعة برشلونة بتنظيم ورشة عمل عن التربية الإعلامية بالتعاون مع الاتحاد الأوربي وجاهة شيلي الكاثوليكية، تم خلالها وضع الأهداف الاستراتيجية للتربية الإعلامية، ومنها: دمج مفهوم التربية الإعلامية في مُختلف المستويات الدراسية، من خلال الوسائط المُتنوعة الرسمية وغير الرسمية، والوعي بأهمية احتياج التربية الإعلامية لاستراتيجيات اتصال أكثر تنوعًا، بما في ذلك نشر أفضل الممارسات لبرامج التأثير الصوتي والمرئي والحملات الجماهيرية، إلى جانب ترويج لقواعد

العاملين بالتعليم والتدريب وأخصائي الاتصال وتوفير مواد تدريس ودعم للتربية الإعلامية، والتي يُمكن أن تستخدم في السياقين الأقليمي والدولي (شريفة رحمة الله، ٢٠١٣، ٦٦-٦٧).

كما صدر بيان مدريد (٢٠٠٥، ٢) بعنوان: **"التربية ووسائل الاتصال: الباهية ذات الرياح الخمسة"**؛ حيث مثل هذا البيان الهيئات والمؤسسات والمُنظمات الاجتماعية وجمعيات المُجتمع المدني والآباء والأمهات والمُعلمين المُختصين في التربية والاتصال بهدف مُكافحة الأمية الإعلامية وحماية النشء والشباب من الآثار السلبية لوسائل الإعلام. وعلى الصعيد العربي أيضًا؛ كان **إعلان الإسكندرية بشأن الثقافة المعلوماتية والتعلم المُستمر** في عام ٢٠٠٥م. وتمت صياغة إطار العمل خلال القمة الدولية حول مُجتمع المعلومات (٢٠٠٣–٢٠٠٥م) وميثاق حماية وترويج تنوع التعبير الثقافي في عام ٢٠٠٥م.

تلا ذلك عام ٢٠٠٧م عقد **اجتماع باريس** أو ما يُعرف بأجندة باريس بعنوان: **"التوصيات الاثنتا عشرة للتربية الإعلامية العامة"** “Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education, 2007”؛ وذلك بعد خمسة وعشرين عامًا من إعلان جرانوالد، وقد أعاد التأكيد على أهمية إعلان جرانوالد وعلى تنامي الحاجة لمُتطلبات الإعلان مع امتداد وسائل الإعلام في العصر الحالي- من خلال مبادرة قامت بها اللجنة الفرنسية لليونسكو ووزارة التربية الفرنسية، الذي هدف إلى مُتابعة التقدم الذي تحقق والعقبات التي واجهت تطوير التربية الإعلامية، وصياغة توصيات تهتم بالتربية الإعلامية، والعمل على إيجاد مكان للتربية الإعلامية في البيئات السياسية والاجتماعية كمبادرات إيجابية تؤدي إلى تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

وتم عقد الاجتماع بحضور الخبراء وواضعي السياسات التربوية والباحثين وممثلي الجمعيات الأهلية على المستوى الدولي. **وطالب المشاركون بضرورة التعبئة العامة الدولية من أجل تطبيق التوصيات المقترحة في الأجندة، وهي على النحو الآتي:**

- **إعداد برامج مُتكاملة للتربية الإعلامية على كافة المستويات التربوية، تشمل:**
  - وضع تعريف جامع للتربية الإعلامية.

- العمل على تدعيم الروابط بين التربية الإعلامية والتنوع الثقافي واحترام حقوق الإنسان.
- تحديد المهارات الأساسية ونظام التقييم.

- **تدريب المُعلمين والعمل على رفع الوعي بين الجهات الشريكة المعنية في المجال الاجتماعي، من خلال:**

- تضمين مهارات التربية الإعلامية في المهارات التدريبية الأساسية للمُعلمين.
- إعداد وتطوير مداخل تربوية مُلائمة.
- التعبئة العامة لكافة الجهات الشريكة المعنية بالنظام التعليمي.
- التعبئة العامة لكافة الجهات الشريكة المعنية في الإطار الاجتماعي.
- وضع التربية الإعلامية ضمن إطار التعليم المُستمر.

- **البحوث وأسلوب نشرها:**

- العمل على تطوير بحوث التربية الإعلامية في المستوى الجامعي.
- إنشاء شبكات وآليات تبادل الأبحاث بين الجهات المُختلفة.

- **تدعيم التعاون الدولي، من خلال:**

- العمل على تنظيم وتفعيل التبادل الدولي للخبرات والبرامج من خلال المؤسسات الدولية مثل اليونسكو والاتحاد الأوروبي.
- العمل على رفع وعي القيادات السياسية بدور التربية الإعلامية.

وتم دراسة آلية تعميم مفهوم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية لعدد من الدول العربية والقارة الأسيوية؛ وذلك في المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض (٢٠٠٧، ٦-٣٦)، بالتعاون مع كل من: المُنظمة الدولية للتربية الإعلامية، واليونسكو، وجامعة برشلونة، ومركز مزار للأبحاث، ومركز العاصمة الدولي لتنظيم المؤتمرات، وكان من أهم توصيات المؤتمر اعتماد التربية الإعلامية كمقرر للتدريس في مراحل التعليم العالي. فاعتماد التربية الإعلامية كمُقرر للتدريس في مراحل التعليم العالي قد يُمكنهم من حماية أنفسهم من تأثيرات المضامين الإعلامية السلبية، والتفاعل مع تأثيراتها الإيجابية والاستجابة لها، إذ تُشكل وسائل الإعلام الحديثة أحد عناصر التنشئة الاجتماعية؛ بل أصبحت مُنافسًا قويًا للمؤسسات التربوية

في وظائفها الثقافية والاجتماعية، ودورها في تماسك أو تفكك النسيج الاجتماعي وصيانة الثقافة والهوية في ضوء منظومة القيم الثقافية والأخلاقية التي تتضمنها رسائلها الإعلامية.

وفي عام ٢٠٠٨م أقيم المُنتدى البحثي الدولي حول التربية الإعلامية لندن، وهونج كونج، وفي نفس العام تم أفتتاح المؤتمر الإفريقي الأول حول التربية الإعلامية في نيجيريا (Torrent, 2009). وتم إصدار الميثاق الأوربي (Euro Media Literacy, 2009) بشأن التربية الإعلامية عام ٢٠٠٩م، وقد تضمن الميثاق الأوروبي للتربية الإعلامية المبادئ السبعة الآتية:

- الاستخدام الفاعل للتقنيات الخاصة بوسائل الاتصال من أجل الوصول إلى المضامين الإعلامية وتخزينها واسترجاعها ونشرها والتي تقوم بإشباع احتياجات الفرد والمُجتمع.
- إمكانية الوصول والقيام باختيارات سليمة بشأن أنماط ومضامين وسائل الإعلام رغم اختلاف الثقافات أو المؤسسات التي ينتمي إليها الفرد.
- فهم كيف ولماذا يتم إنتاج مضمون إعلامي معين.
- التحليل النقدي للأساليب واللغة والمواثيق التي تستخدمها وسائل الإعلام.
- الاستخدام الإبداعي لوسائل الإعلام للتعبير عن المعلومات والأفكار وتوصيلها.
- تحديد وتجنب أية صعوبات خاصة بمضمون وخدمات وسائل الإعلام والتي قد تُمثل خطورة أو أذى.
- الاستخدام الفاعل لوسائل الإعلام لمُمارسة حقوق الفرد في الديمقراطية والمسئولية المدنية.

وفي عام ٢٠٠٩م أيضًا قامت اليونسكو بإصدار تقريرها الذي يُشير إلى الأهتمام المُتزايد بالتربية الإعلامية حول العالم، وقد استضافت جامعة أوتونوما الأسبانية عام ٢٠١١م المؤتمر الدولي حول الإعلام والتربية والوعي الإعلامي بمدينة برشولنة، برعاية كل من مُنظمة اليونسكو والمفوضية الأوربية في إطار تحالف الحضارات، وقد تناول المؤتمر العلاقة بين التعليم والإعلام والتكنولوجيا، وإمكانية تسخير ادوات الاتصال في تعزيز الوعي الإعلامي لتشجيع الأفراد على المُشاركة الفاعلة في المُجتمع، وتمثلت أهداف المؤتمر في: توفير مساحة لتبادل الأفكار والخبرات في مجال التربية الإعلامية، وتكثيف التعاون في مجال تعزيز الوعي

الإعلامي بين الجامعات ووسائل الإعلام والمُجتمعات المدنية على مستوى العالم؛ لنشر المعرفة وتعزيز مفهوم المواطنة المسئولة والنقدية (وكالة الأنباء الكويتية، ٢٠١١).

وسلطت دراسة الصمدي (٢٠٠٧) الضوء على التجربة المغربية في إدماج القيم الإعلامية في المناهج التعليمية وأثر ذلك في ترشيد السلوك الإعلامي للناشئة، وأكدت وجود وحدة مُتكاملة للتربية الإعلامية في مناهج التربية الإسلامية بالمغرب. كما أُقيم في الفترة من ١٥ – ١٧ يونيو ٢٠١١م **المُنتدى الدولي الأول حول "التربية على وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات الحديثة"** بمدينة فاس المغربية، بالتعاون بين مُنظمتي اليونسكو، والايسيسكو، ومنظمات أخرى، وتم نقاش كيفية محو الأمية الإعلامية والتعامل الواعي مع وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة. وتم في هذا المؤتمر بالربط بين الوعي الإعلامي والوعي المعلوماتي، وتوحيد هذاين المفهومين في منهج تعليمي موجه إلى المُعلمين والمُتعلمين وجميع فئات المُجتمع؛ لمواجهة التحديات الإعلامية وبناء المُجتمعات القائمة على المعرفة، ويُعد هذا النهج أحد العناصر الاستراتيجية الشاملة التي تهدف إلى تثقيف المُجتمعات بأساسيات المعلومات والإعلام، وتطوير التعاون الدولي الخاص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية، وتأسيس مركز دولي لتبادل المعلومات بشان التربية الإعلامية والمعلوماتية بالتعاون مع هئية الأمم المُتحدة، وإنشاء بنك للمعلومات خاص بالمنهج (مجلة تواصل، ٢٠١١).

وفي ٢٨ يونيو ٢٠١٢م صدر إعلان موسكو بعد مؤتمر دولي **بعنوان التربية الإعلامية والمعلوماتية في مُجتمعات المعرفة**، والذي حضره ١٣٠ مُشاركًا من ٤٠ دولة. وفي الأردن عام ٢٠١٢م قامت اللجنة الوطنية الأردنية للتربية والثقافة والعلوم بالتعاون مع مكتب اليونسكو بعمان ومركز الإعلاميات العربيات بتنفيذ المشروع الاستكشافي **"إدخال مفهوم الثقافة الإعلامية في المدارس الأردنية"** لتعزيز بيئة تسودها حرية التعبير.

وفي قطر عام ٢٠١٣م عُقد مؤتمر **خبراء الإعلام والمعلوماتية** والذي شدد على ضرورة تطوير مفهوم التربية الإعلامية ليتسع المُستجدات التكنولوجية الحديثة، ويشمل سلبيات ما يترتب على المعلومات المغلوطة. وأكد إعلان الدوحة على: تعزيز فهم مفهوم التربية الإعلامية لدى الفاعلين السياسيين والمؤسسات الأخرى يشكل تحديًا كبيرًا، وضرورة تطبيق

برامج تعليم التربية الإعلامية في الجامعات ووكالات الأنباء في جميع الدول، ووضـع بـرامج شاملة من الناحية الاجتماعية للتربية الإعلامية لضعاف البصر وذوي الاحتياجات الخاصة.

وفي إطار أسبوع **"الثقافة الإعلامية و المعلوماتية والحوار بـين الثقافـات"** "MILID أقامت جامعة القاهرة المؤتمر الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام حول: **"وسائل الإعلام وثقافـة الديمقراطية"** بالتعاون مع كلية الإعلام وجامعة برشلونة وتنما (إسـبانيا)، والمنظمـة الدوليـة للتربية الإعلامية، كحدث دولي يستهدف تعزيز الاتصال والتعـاون بـين المُنظمـات الدوليـة والجمعيات والمنظمات غير الحكومية، والجامعات، ووسائل الإعـلام، ومجموعـات البحـث والباحثين والمُعلمين والطلاب من جميع أنحاء العالم، والمتخصصين في مجال الثقافة الإعلامية والمعلوماتية و حوار الثقافات.

وأقيم مؤخرًا تحديدًا إبريل ٢٠١٥م، كل من: **"الملتقى الإقليمى للثقافة الإعلامية والمعلوماتية في العالم العربي"**، بمقر جامعة الدول العربية، تحت رعاية وزارة التعليم العالي، وبالتعاون مع الجامعة الدول العربية ووزارة التربية والتعليم. كما نظمت جامعة الأهرام الكندية المؤتمر السنوي الرابع بعنوان: **"التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول في العصر الرقمي"** بالتعاون مع مُنظمة اليونسكو وجامعة الدول العربية والمُنظمة الدولية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، بحضور أكثر من ٨٠ باحثًا وأكاديميًا من ١٧دولة عربية و ٧ دول أجنبية، فضلاً عن عدد من الخبراء الدوليين في عدة لجان مُتخصصة يمثلون الاعلام باليونسكو (مكتب القاهرة) وكندا وفرنسا وأسبانيا والبرازيل والمكسيك ونيجيريا والولايات المُتحدة الأمريكية؛ ذلك لتبادل خبراتهم وتجاربهم الخاصة بالثقافة الإعلامية والمعلوماتية في النظام التعليمي.

وكانت التوصيات على النحو التالي:

أولاً – توصيات موجهة إلى الإعلاميين في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والقائمين على صناعة الإعلام:

- صياغة إستراتيجية إعلامية تربوية تكفل ادماج مفاهيم التربية الاعلامية ومحو الامية المعلوماتية في البرامج الاعلامية ومناهج التعليم فى كل المراحل التعليمية من المرحلة الأساسية وحتى المرحلة الجامعية بما تتضمنه من متطلبات الفرز والنقد والتقييم.

– إعداد دليل ارشادي للإعلاميين يتضمن المعايير المهنية والاخلاقية يصنع فريق من الإعلاميين الممارسين وبعض الاعلاميين الأكاديميين.

– إكساب الإعلاميين مهارات التربية الاعلامية والمعلوماتية لتطوير قدراتهم النقدية والإبداعية من خلال عقد ورشة عمل وموائد مُستديرة ودورات تدريبية تخصصية مُتعدّدة المستويات.

– التعاون والتنسيق مع مسئولي وسائل الاعلام من رؤساء صحف ومديري إذاعات وقنوات للبدء في تخصيص مساحات أو برامج مُنتظمة يكون هدفها التربوي تأهيل الجمهور القارئ أو المستمع أو المشاهد وتدريبه على مهارات التربية الاعلامية والمعلومات وادماج هذه المفاهيم والمهارات ضمن بعض المواد الاعلامية الاخرى الموجهة لقطاعات محدودة من الجمهور مثل الأطفال، الأمهات ، الشباب ، مما يُساعدهم في التعامل الواعي والناقد مع ما تُقدمه وسائل الاعلام من رسائل ومضامين إعلامية، وفهم إسلوب عمل هذه الوسائل.

– دعوة المتفاعلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية إلى صياغة مدونات سلوك تتضمن ضوابط تنظيمية للتعقيبات والمداخلات على ما يتم بثه عبر هذه الشبكات خاصة بالذوق العام واحترام كرامة البشر والحياة الخاصة وحقوق الآخرين وما يتعلق بالحض على الكراهية أو العنف أو الإرهاب، على أن يتم الحذف التلقائى لاية تعليقات أو مداخلات تنتهك هذه المبادئ الإنسانية، على أن تكون هذه مهمة أدمن هذه الصفحات.

ثانيًا – توصيات موجهة إلى التربويين والمسئولين عن السياسات التعليمية:

– صياغة إستراتيجية للتربية الاعلامية والمعلوماتية وتوفير البنية التكنولوجية اللازمة وتدريب المعلمين، على أن تتضمن مُشاركة الآباء والآمهات في مُناقشتها وتدعيم إحساسهم بالمسئولية تجاه تفعيل هذه الاستراتيجية.

– دعوة صناع السياسات التعليمية والمُتخصصين في المناهج إلى دراسة البدائل الخاصة بدمج موضوعات الثقافة الاعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية في مُختلف مراحل التعليم من المرحلة الأساسية إلى المرحلة الجامعية وفقًا لمستوى كل مرحلة ومتطلباتها على أن يكون المقرر علميًا يركز على التدريب الطلاب على مهارات التربية الاعلامية والمعلوماتية.

- دعوة التربويين لمواصلة الجهود الجادة لاعادة النظر في العملية التعليمية سواء من حيث المناهج أو طرق التعليم والتدريس أو البيئة التعليمية بهدف الاسهام في بناء مُجتمع المعرفة وتعظيم الاستفادة من ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

ثالثًا – توصيات موجهة إلى الجهات الاكاديمية ومراكز الحدث الاعلامية:

- الاهتمام بالأساليب الكيفية في بحوث ودراسات التربية الاعلامية والمعلوماتية إلى جانب الأساليب الكمية لتحقيق مزيد من الدقة والمصداقية.
- الاهتمام بإنشاء مراصد إعلامية تهتم بالمُتابعة والتقييم للمواد الاعلامية التي تُقدم من خلال وسائل الاعلام المُختلفة تقليدية وجديدة، وإعلان نتائجها لتُمثل أسلوب ضغط على المؤسسات الاعلامية لضبط مُمارساتها.
- الاهتمام بصياغة أدلة للادءا الإعلامي وأدلة أسلوبية تُساعد في ضبط العمل الإعلامي وفقًا للمعايير المهنية والاخلاقية.

رابعًا - توصيات موجهة للمُشرعين وراسمى السياسات الوطنية:

- ضرورة أن تتضمن التشريعات المُنظمة للعمل الإعلامى مسئوليات الإعلاميين تجاه المعايير المهنية، خاصةً ما يتعلق بالدقة والتوازن وتوثيق المعلومات وتجنب التهويل أو التهوين والتزييف أو تلوين الأخبار وغيرها والأستنادة في ذلك من المعايير المهنية الدولية والمتعارف عليها.
- الإهتمام بأن تتضمن تشريعات الإعلام ما يُنظم عمل وسائل الإعلام الجديدة عبر شبكة الإنترنت، لدفع هذه الوسائل للعمل وفق معايير مهنية و أخلاقية تتفق عليها. وذلك يضمن الحماية وضمانات العمل لمن يمارسون العمل الإعلامى المهني عبر هذه الشبكة (مثل الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية وغيرهما.
- سرعة إصدار قانون حرية تداول المعلومات وتبادلها لتحقيق مبدأ المعرفة والإعلام والإعتماد على المعلومات الصحيحة والدقيقة والموثقة وعدم حجب المعلومات أو منعها.

ثالثًا- مستويات التربية الإعلامية:

قسمت إليزابيث ثومان (١٩٩٠، ٥) بُلدان العالم إلى أربعة مستويات تبعًا لمُراعاة كل منها لمقومات التربية الإعلامية؛ وذلك في تقريرها المُقدم في مؤتمر الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية، وهي كما يلي:

- **دول بها رسوخ ونظامية في التربية الإعلامية:** الدول التي وضعت أُسس التربية الإعلامية وموجهاتها العامة ومناهجها، وأعدت المُعلمين ودربتهم لتعلم التربية الإعلامية، ووفرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية، ومن أمثلتها: بريطانيا، واسكتلندا، وكندا، وأغلب دول أوروبا.

- **دول بها التربية الإعلامية غير مُنتظمة:** الدول التي توجد بها أُسس التربية الإعلامية وموجهاتها للمنهج، ولكن لم تتوفر مواد التدريس ولم يتم إنتاجها بعد، أو يوجد بها مُعلمون لكن لا يتوفر بها الإطار المنهجي للتدريس، ومن أمثلتها: إيطاليا، وايرلندا، والهند، والفلبين، وأستراليا.

- **دول وجدت بها احتياجات وليدة للتربية الإعلامية مؤخرًا:** الدول التي حدثت بها بعض التغيرات السياسية والاجتماعية كالرقابة والسيطرة على الإعلام، ذلك أوجد الاحتياج للتربية الإعلامية، ومن أمثلتها: دول الكُتلة الشرقية، ودول الشرق الأوسط. فلبنان كنموذج للدول العربية؛ تقوم بتدريس خمس حصص للطلاب بعنوان "التربية الإعلامية" ضمن مادة التربية الوطنية والتنشئة الاجتماعية في الصف الأول المتوسط (الإعدادي)، كما تُقدم لطلاب الصف الثالث الثانوي أربع حصص ضمن المادة نفسها بعنوان "الإعلام والرأي العام".

- **دول توجد بها التربية الإعلامية خارج النظام المدرسي:** يتم فيها تقديم التربية الإعلامية من خلال بعض الجهود لملء الفراغ في برامج الشباب والجماعات غير الحكومية ودور العبادة، والجماعات النسائية، ومن أمثلتها: أمريكا ودول العالم الثالث.

وُيمكن تلخيص الحقب الزمنية للتطور التاريخي لنشأة مفهوم التربية الإعلامية وانتشاره بشكل أكثر تفصيلاً من خلال الجدول التالي.

جدول (٢)

التطور التاريخي لنشأة مفهوم التربية الإعلامية وانتشاره

الحقبة الزمنية	الوسيلة	مفهوم التربية الإعلامية
ظهور المفهوم حتى بداية الستينيات	الصحافة	مفهوم قائم علي الترجمة التقليدية لمحو الأمية (القراءة – الكتابة – الفهم) ويستخدم للتعبير عن التدريس التقليدي.
الستينيات وجزء من السبعينيات	السينما	ظهر مفهوم محو الأمية السمع بصرية والمرتبط بوسائل الإعلام والتي تمثلت في الأفلام السينمائية مع التركيز على الصور وتتابعها، التي كان لها بريق في جذب انتباه الُمدرسين في أوروبا لوقاية الطلبة من أثاراها السلبية، لذا انتشر مفهوم نشاط "نادي الفيلم" في المدارس.
السبعينيات وبداية الثمانينيات	التلفزيون	تحول الاهتمام نحو التلفزيون، وأصبح مفهوم التربية الإعلامية أكثر نقدًا، ويميل ذلك إلى مفاهيم المدرسة الفرنسية الناقدة، وذلك بسبب شدة القلق من تأثيرات بعض المضامين التلفزيونية كالمواد الُمثيرة جنسيًا والعنف.
فترة الثمانينيات	الفيديو	شهدت اهتمامًا بالفيديو في كل من فرنسا وإيطاليا وأسبانيا.
نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات	الفضائيات	في هذه الفترة ظهرت القنوات التليفزيونية الخاصة، وتحول مفهوم التربية الإعلامية إلى التركيز على المضامين التلفزيونية وتأثيراتها مثل تأثير الإعلانات، وتوطدت العلاقة بين المدارس ووسائل الإعلام.
منتصف التسعينيات	الإنترنت	ظهرت الوسائل الرقمية وما يسمى بالمجتمع الرقمي، فانتشر مفهوم التثقيف الرقمي مما آثر بشكل واضح على نظام الاتصال، وبدأ الاهتمام بدراسة تأثير استخدام الوسائل الجديدة علي زيادة الفجوة بين الجنسين، وارتبط هذا المفهوم أيضًا بمفهوم إدارة الوسائل الرقمية الحديثة.
بداية القرن الواحد والعشرين	الإعلام الجديد	في هذه الفترة تلاشت الحواجز بين الوسائل التقليدية والرقمية، فانتشر المفهوم بشكل أوسع، وهو نتاج المزج بين الثقافة السمعية والبصرية والتثقيف الرقمي، خاصة مع ظهور أشكال جديدة من الاتصال والوسائط الُمتعددة وتقنيات الهواتف المحمولة، والتي أدت لإذابة الفوارق بين أشكال الاتصال الإلكترونية الُمختلفة.

الفصل الثالث

محددات التربية الإعلامية

أهمية التربية الإعلامية

- مبررات أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية

أهداف التربية الإعلامية

- السلوكيات المتوقعة من الفرد المتُعلم للتربية الإعلامية

عناصر التربية الإعلامية

المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية

معايير التربية الإعلامية

اعتبارات جدلية بشان التربية الإعلامية

الأُسس المنهجية للتربية الإعلامية

وظائف التربية الإعلامية

دوافع التربية الإعلامية

افتراضات التربية الإعلامية

مقومات التربية الإعلامية

مجالات التربية الإعلامية

الموجهات العملية للتربية الإعلامية

وسائل الإعلام كمصدر للتربية الإعلامية

خصائص التربية الإعلامية

كفايات التربية الإعلامية

محددات التربية الإعلامية

سيتناول هذا الفصل عددًا من مُحددات - الأسس النظرية- التربية الإعلاميـــة، التـــي تُشكّل أطرًا تطبيقيه لعمليات التربية الإعلامية المُختلفة، سواء داخـــل المؤسســـة التعليميـــة أو خارجها، ويُمكن الإشارة إلى تلك الأسس بشيءٍ من التفصيل فيما يلي:

١. أهمية التربية الإعلامية:

هُناك شبه إتفاق وثمة اعتراف بخطورة الدور التي تقـوم بــه تكنولوجيـــا الإعـــلام والاتصال في تشكيل عقول الأفراد (حسن بن عايل، ٢٠٠٧، ٢)، كما يرى العديد من المُفكـــرين والعُلماء أن البشرية تُعاني من مخاض عســير وهـــي علـــى أعتـــاب عصـــر جديـــد زاخـــر بالمُتناقضات، عصر يلهث فيه قادمة ليلحق سابقه، عصر يُجاور ما بين أقصى درجات التقـــدم وأقصى مظاهر التخلف ويجمع ما بين أعلى درجات التسامح وأعنف درجات التعصب، عصـــر يشعر الناس فيه أنهم جوعى للحكمة والمعرفة وهم في بحور المعلومـــات والبيانـــات (حمـــدي حسن، ٢٠٠٤، ١٥١). عصر ساهم في إيجاد جيل جديد؛ جيل تحرر من كل شئ ســـوى إشـــباع رغباته، حتى لو كان هذا خرق للأعراف والقيم المقبولة اجتماعيًـــا (صـــلاح جـــوهر، ١٩٩٤، ١٥٠).

فأصبح العالم ملئ بالصراعات والتداخلات والمُشكلات، وأتضح للجميع درجة الفســـاد في وسائل الإعلام بحسب نوعية الوسيلة والقائمين عليها، ونظرًا للعولمة التي تمُر بها الرسائل الإعلامية؛ وكذلك سهولة الوصول للشبكة المعلوماتية واستخدامها بكل يُسر، إضافةً إلى الثورة الهائلة في مجال إنتاج الفضاء الإفتراضي وسهولة التواصل مع أي فرد في أي مكان بالعـــالم، كل هذا الواقع المُحيط بنا والذي نعيشه أدى لضرورة وجود حد لتـــأثيرات مضـــامين وســـائل الإعلام (Silverstone, 2007, 174-175).

فأصبحنا نجد أنفسنا مُحاصرين بواسطة رسائل موجهة - من جميع الوسائل الإعلامية بشكل منفرد أو بشكل جماعي- تُشكل الآراء والمعارف لدينا حول الشئون العامة؛ بل والخاصة أيضًا، ومع التقارب في الثقافات والتصادم الحادث بين الإعلام الجديد والتقليدي، وتصارع رأس المال حول السلطة والسيطرة على الجمهور من خلال قوة المُنتج الإعلامي، كل هذا جعل مـــن التربية الإعلامية أهمية ضرورية ويجب غرسها لدى جميع أفـــراد وفئـــات المُجتمـــع؛ وذلـــك

للمُساهمة في الحوار العام على نحوٍ فعال، كما تُساعد في تطوير مهاراتهم الإعلامية لحماية أنفسهم من كل الأضرار والمخاطر المُحيطة بهم (Johanna. 2009, 3-4).

فالفوضى السائدة في المجال الإعلامي الخارجي ومع التنافس والصراع بين أنماط الثقافة الوطنية والثقافات الأجنبية ظهر التأثير الواضح لوسائل الإعلام على تنامي السلوك المُنحرف، وجرائم العُنف والعدوان، ولاسيما لدى النشء والشباب، وظهر التأثير بشكليه الإيجابي والسلبي على كثير من المفاهيم والقيم والعادات، وعلى الهوية الثقافية، وأضحت المؤسسة التربوية مُطالبة أكثر من غيرها من المؤسسات لتمكين المُتعلمين من تربية إعلامية عقلانية واعية ناقدة.

فقد أثبتت العديد من الدراسات التي تُقدر بأكثر من ٣٥٠٠ دراسة العلاقة المؤكدة بين العُنف ووسائل الإعلام والسلوك العنيف، فالتعرُض للمضامين الإعلامية العنيفة تُشكل خطرًا على صحة النشء والشباب، فالتعرض للعُنف يستمر لعدة عقود، ويُعد السبيل الذي يستطيع مواجهة الآثار السلبية الناجمة عن التعرض لوسائل الإعلام ومضامينها مُتمثل في التربية الإعلامية. ويؤكد ذلك "Potter" عندما ذكر أن غرض التربية الإعلامية الأساسي، هو: المُساعدة في التحكُم على وسائل الإعلام (Douglass and Jeffshare, 2007, 2).

وعلى صعيد المؤتمرات التي أُقيمت بشأن التربية الإعلامية، نجد أن مؤتمر فينا عام ١٩٩٩م أكد على أهمية التربية الإعلامية باعتبارها جزءً من حق كل مواطن لضمان حُرية التعبير، والوصول للمعلومات، وإرساء قواعد الديمقراطية المُستقرة. أما ندوة أشبيلية عام ٢٠٠٢م أكدت على أهمية التربية الإعلامية؛ لأنها تُمكن الجمهور من اختيار الوسائل الإعلامية المُناسبة والجيدة مع إمكانية تكوين آراء نقدية حول المضامين الإعلامية.

ويرى "McLuhan" أن وسائل الإعلام تُعد من أهم العوامل المُؤثرة في تشكيل الحضارات الإنسانية، وضبط عملية الضبط الاجتماعي، ولا سيما مائدة النظام السياسي، وفي ظل كل هذه العوامل تظهر الأهمية القصوى للتربية الإعلامية للحفاظ على هويتنا الثقافية والعربية والإسلامية في مواجهة الغزو الثقافي الأجنبي (عصمت سويدان، ٢٠٠٧).

فالمُجتمعات العالمية يتسم حاضرها بالتعقيد الشديد في التطـــور الإعلامـــي، والثـــراء البالغ للبيئة المعلوماتية؛ حيث يتعرض الأفراد -حاليًا– لمصادر إعلامية شديدة التباين، ومُختلفة المعلومات، منها: المكتبات، مصادر المعرفة، المؤسسات الإعلامية، الإنترنت؛ بالتالي يتزايـــد تعرُض الفرد للمعلومات الخام، ويجب التساؤل عن مدى دقة وأصالة هذه المعلومـــات ومـــدى صـــلاحية الاعتمـــــــــــاد عليهـــا (The Association of College and Research Libraries, 2000, 2).

كما يُسهم اكساب التربية الإعلامية والمعلوماتية، في تعزيز فُرص الطلاب في الـــتعلم الذاتي، حيث يؤدي استخدام وسائل الإعلام، وتقنيات المعلومات إلى زيادة المعارف، وتوجيـــه الأسئلة المُتنورة، وتنمية التفكير الناقد، ومن ثم يتم تدعيم التعلم الذاتي (The Association of College and Research Libraries, 2000, 5). فتكمُن أهمية التربية الإعلامية في تيســـير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفيـــة التـــي يُشـــكل الإعـــلام إدراكهم، وتهيئتهم للمُشاركة كصانعي إعلام ومُشاركين في مُجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المُجتمع وضوابط حرية الكلمة (Jinkins, et al, 2006).

– مبررات أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية:

تكمُن أهمية التربية الإعلامية من خلال عدة مُبررات قد دعا إليها التربـــويين؛ وذلـــك لاعتمادها في مواجهة مُتغيرات العصر كجزء لا يتجزأ من دورهم في المُجتمع، **ويُمكن ســـرد تلك المبررات على النحو الآتي:**

– **التكيف مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال:** شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة ومتسارعة، فمُنذ مُنتصف الستينيات عـــندما وضع أول قـــمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة، فأصبحت تكنولوجيا الاتصال عنصرًا مُلازمًا لكل مظاهر الحياة العصرية، فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات تعني كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الكمبيوتر والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية (شريف درويش، ٢٠٠٠، ١٠٢-١٠٣).

أدى هذا الاندماج إلى ظهور العديد من الوسائل الإعلامية الحديثة مثل الصحافة الإلكترونية، والتلفزيون الكابلي والراديو الرقمي أو ما يُعرف براديو الإنترنت. كما يُلاحظ أن انتشار الوسائل الحديثة لم يؤدِّ إلى انتهاء الوسائل التقليدية، بل أصبحت كل وسيلة يقع عليها

عبء التواصل مع جماهيرها، والبحث عن أدوار جديدة في ظل الانتشار الكبير لوسائل الإعلام وتعدد الاختيارات بين الجمهور لانتقاء الوسيلة المناسبة التي تلائم اهتمامه وميوله (عبد الصادق حسن، ٢٠١٣، ١١٥). وقد مهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الطريق للانتقال من المُجتمع الصناعي إلى المُجتمع المعلوماتي (عصام سليمان، ٢٠٠٠، ١٢٨)، وعملت على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المُختلفة (أي ار، ٢٠٠٠، ١٢٨)، وأحدثت في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة.

وتميزت هذه الحقبة الزمنية بكثرة الإنجازات العلمية وتنوعها في كافة ميادين الحياة، فتبوأت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات مرتبة الصدارة في قوائم المُخترعات الحديثة (نرجس حمدي، ٢٠٠٢، ١). حيث لن يقاس التميز الطبقي والاجتماعي بين الأفراد على أساس المنصب أو الثروة أو المال أو الأصل الاجتماعي، بل سيُقاس على أساس المعرفة والثقافة وتوظيف الفرد لمعلوماته وثقافته في الارتقاء بنفسه ومُجتمعه، ولن يقاس مدى تقدم الدول على أساس ناتجها القومي بل سيكون هُناك معيار أخر جديد هو إجمالي ناتجها المعلوماتي القومي؛ بالتالي أصبحت المعلوماتية "Informative" عُملة هذا العصر وثروته ومجالات استثماره (بهاء شاهين، ١٩٩٧، ٥).

فارتباط تكنولوجيا الإعلام مع تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية هي الخاصية الأساسية في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، التي أدت إلى ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، التي تحولت إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية، تحوي بداخلها الكثير من الأضرار العقائدية والأخلاقية والنفسية والسلوكية والصحية والتعليمية (عبد الله بن عبد العزيز، ٢٠٠٧، ١٥٠).

فالثورة التكنولوجية وما تبعتها من تطورات في كافة مجالات الاتصالات والمعلومات، ترتب عليها تفاعل الجمهور مع المضامين الإعلامية؛ بالتالي باتت الإشكالية التي تواجه المُهتمين بالشأن الاجتماعي والتربوي تتمثل في كيفية التعامل مع هذا الواقع الجديد، وأن تقوم المؤسسات التربوية بدورها في تمكين النشء والشباب من تربية إعلامية عقلانية واعية ناقدة (محمد بن شحات ، ٢٠٠٧، ٩)، (ماجدة لطفي، ٢٠١٠، ٢٧٥)، وتسهم التربية الإعلامية في تزويد الأفراد ببعض المهارات والإمكانات التي تُحقق لهم الاستفادة القصوى من هذه المُعطيات

التكنولوجية، فالتربية الإعلامية تُعلم الطالب الجامعي كيفية إثارة الأسئلة لديه عند تلقيه الرسائل الإعلامية، بحيث يتوقف عندها ويتأملها (عبد المجيد بن سلمي، ٢٠١٣، ١٠٦).

– **تعظيم الاستفادة من الفُرص التي تُتيحها وسائل الإعلام:** في الوقت الحاضر هُناك اتجاه في التربية الإعلامية نحو الاستفادة مما تمنحه وسائل الإعلام من فُرص، حيث وُجد أن وسائل الإعلام يُمكن أن تعمل على إتاحة فُرصة هائلة في العملية التعليمية، والعمل على تشجيع الأفراد للتعبير عن آرائهم، ومُشاركة المؤسسات التربوية الأخرى في التوعية والتثقيف وإحداث التنمية (إيناس إبراهيم، رباح رمزي ، ٢٠٠٩، ٦٢٢-٦٢٣).

– **مواجهة مخاطر العولمة الإعلامية:** يُشير الواقع إلى استغلال التقدم في وسائل الإعلام في تحقيق أهداف العولمة، والتربية الإعلامية ضرورة لمواجهة مخاطرها من خلال دورها في تعزيز الهوية الثقافية وترسيخ العقيدة وإعداد الفرد لفهم وتقبل الآخر. فالعولمة الإعلامية أبرزت الدور المُستقبلي للإعلام والاتصال كما أكدت على التفاعل (نسيم الخوري، ٢٠٠٥، ٣٧٣) **– تأثرًا وتأثيرًا –** مع المضامين الإعلامية القوية؛ حيثُ يتم التعديل والتطوير المُستمر القائم على الوعي والعلم والمعرفة بالوسائل والرسائل، خاصةً مضامين العُنف والعدوان والإثارة التي اعتاد الجمهور على مُشاهدتها بدرجة كبيرة من السلبية واللامبالاة دون تفاعل أو تحليل ناقد لها، كما تُثير مُعظم مضامين وسائل الإعلام المشاكل الموجودة في المُجتمع دون تقديم حلول عملية للجمهور؛ مما يعزل الجمهور عن واقعه ومُجتمعه، لذا يجب على الجمهور عدم الأخذ بالحلول المُقدِمة من قِبَل وسائل الإعلام للمشاكل الاجتماعية كأمر مُسلم به، وعلية البحث عن حلول هذه المشاكل من واقع مُجتمعه. كما تُشجع التربية الإعلامية على تنشئة المواطنة المسئولة الفعالة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية وهي مُتسقة مع التوجّه لتنمية مهارات التفكير العليا (Wikipedia, 2013, Media Literacy).

– **الحفاظ على الهوية الثقافية:** أصبحت وسائل الإعلام بمُختلف أشكالها هي الوسائل التي استخدمها رواد الغزو الفكري والثقافي المُعاصر لرمي أُمتنا بوابل من السموم الفتاكة، ويُمكن القول بأن المضامين الإعلامية والثقافية المُزيّنة للاستهلاك والمُجملة بنمط الحياة الغربي باتجاه البلدان النامية، هي من أسوء ما يُنتجه الغرب والتي تعمل على إفساد الثقافة الوطنية وتهميشها وتسريب وإشاعة أنماط حياتية تستهلك أكثر ما يُمكن من البضائع والسلع.

ففي الوقت الحاضر تعمل المضامين الإعلامية الغربية – **الأمريكية خاصـّة** - على اختراق كل وسائل الاتصال الجماهيري، ويحدُث هذا الاختراق والتغلغل تغيُرات أساسية في المُحيط الثقافي إذا ينقل ويولد مفاهيم ومواقف، كالترويج للعُنف والوحشية والقتل والجنس، وتمجيد المُغامرة الفردية، والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الإحساس بالجماعية، وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث (عبد المهيمن الديرشوي، ٢٠٠٩، ٧-٨).

فالتربية الإعلامية ذات أهمية قصوى في ظل انفتاح ثقافي عبر الفضائيات والإنترنت مُتمثلة في الحفاظ على الهوية الثقافية للجمهور في المُجتمعات العربية والإسلامية، ومواجهة الثقافة الغربية التي تؤدي إلى التغريب والغزو الفكري (عصمت سويدان ، ٢٠٠٧، ٢). فمهارات التربية الإعلامية تجعل الأفراد قادرين على حُسن اختيار الوسائل الإعلامية، وانتقاء المُفيد من المضامين، والتعامل معها بوعي يحفظ عليهم هويتهم وانتماءهم وثقافتهم.

– **ديستوبيا الإعلام:** أصبحت وسائل الإعلام ديستوبيا مُفجعة في العصر الحالي، فيحدث اصطدام بمضامينها التي لا حُريات فيها ولا عدالة؛ مضامين قائمة على الحرمان ولا قيمة ولا حُرمة للحياة البشرية فيها، فقيام وسائل الإعلام ببث مواد غير مسئولة في ظل الحرية التي تحظى بها الأنظمة الإعلامية في الفترة الحالية، وعدم فهم المُجتمع للدور الخطير الذي يُمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تنشئة أفراده، وانتشار الثقافة البصرية، تجعل التربية الإعلامية ضرورة لحياتنا اليومية.

– **الإعلام غير التربوي:** الإعلام إذ ما لم يُصبغ بصبغة تربوية، يجب أن نُطلق عليه مسمى جديدًا، ففي الوقت الذي أصبح فيه لاعبي الكرة والفنانين هُم نجوم الإعلام والمُجتمع وهم القدوة، وفي الوقت التي انحدرت فيه اللغة في وسائل الإعلام من لغة القرآن إلى اللغة العامية الرديئة، وفي الوقت التي تنقل فيه وسائل الإعلام كُل ما هو غربي دون تنقية أو تصحيح؛ فهذا قد قادنا إلي إعلامًا غير تربويً، ففي حقيقة الأمر ليس لهذا المفهوم أي سابقة لتعريفة أو ذكره في الأدبيات أو الدراسات أو الوسائط المعرفية الأخرى -في حدود علم الباحث-، ويُمكن تعريفة على أنه: "**تهميش لمعايير التربية في توظيف وسائل الإعلام لصياغة رسائله وتقديمها للجمهور بطريقة غير تربوية**". فكل هذا قد جعل من التربية الإعلامية أهمية ضرورية.

وتضيف كل من Elizabeth Thoman & Tessa Jolls (2008, 12) بعض المُبررات، التي يُمكن سردها على النحو الآتي:

- **تأثير الإعلام في العمليات الديُمقراطية:** الأفراد بحاجة إلى مهارات ثلاث ليصبحوا مواطنين مُشاركين في الديمُقراطية، وهي مهارات: التفكير الناقد، والتعبير عن الذات، والمُشاركة الفعالة؛ وتقوم التربية الإعلامية بغرس تلك المهارات بداخلهم؛ حيث تُمكنهم من الفهم والمُساهمة في النقاش العام، كما تُمكنهم من اتخاذ القرارات الديمُقراطية الواعية.

- **ارتفاع مُعدل التعرض لمضامين وسائل الإعلام، وتشبُع المُجتمع بها:** التلفزيون، والراديو، والصُحف، والسينما، والهاتف النقال، والكمبيوتر والإنترنت، جميعها تُعرِض الفرد في اليوم الواحد إلى العديد من الرسائل الإعلامية التي كان يتعرض لها من سبقونا في عام واحد؛ لذلك فأن التربية الإعلامية تزود الأفراد بالمهارات التي يحتاجها لمواجهة الكثافة الإعلامية في جميع نواحي حياته. فعلى سبيل المثال: العام الواحد من عُمر شبكة الإنترنت تساوى أربعة أعوام من العُمر الزمني الأرضي لغيرها من وسائل الإعلام التقليدية، فالإنترنت يحتاج إلى خمسة أعوام فقط للوصول إلى (٥٠) مليون مُستخدم بينما يحتاج الراديو إلى (٣٨) عامًا، ويحتاج التليفزيون الأرضي إلى (١٧) عامًا، ويحتاج التليفزيون الكابلي إلى (١٠) أعوام؛ بل وصلت الإنترنت إلى (٥٠٠) مليون مُستخدم في أقل من (١٠) أعوام (أشرف جلال، ٢٠٠٩، ٧). بهذا يرى المُتخوفين من الإنترنت بأنه سيُنافس الوسائل الإعلامية الأخرى، مما يؤدي إلى القضاء على وسائل الإعلام التقليدية مع مرور الوقت (عبير الرحباني، ٢٠١٢، ١٥٢-١٥٣). وهذا يؤكد على أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية.

- **قُدرة وسائل الإعلام على تشكيل المُعتقدات والتصورات والمواقف:** ذلك من خلال الخبرات التي تعمل وسائل الإعلام على تكوينها، والتي لا يُمكن تحديد نوعها ومداها؛ لذلك تُساعد التربية الإعلامية على فهم هذه التأثيرات، وعدم الخضوع لها.

- **الأهمية المعلوماتية للمُجتمع، والحاجة إلى تعليم وتعلم مُستمر:** حيث أن تجهيز المعلومات والخدمات المعلوماتية أصبح قلب أي أُمه إنتاجية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى نموًا في الصراعات الإعلامية العالمية الناتج من التحدي بين الأصوات المُستقلة والآراء المُتنوعة، والتربية الإعلامية يُمكنها أن تُساعد أفراد المُجتمع بمُختلف فئاته على تفهم: ماهية المصادر المعلوماتية؟، وهي تعمل لخدمة من؟، وكيف يُمكن إيجاد معلومات بديلة عنها؟.

ويوضح راشد بن حسين (٢٠٠٦، ٢) أن التربية الإعلامية تُشجع الجمهور على التوقف عند ورود الرسائل الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولمن موجهة؟، ولماذا صيغت في إطار مُعين؟، وما هي الحقائق الموجودة فيها أو المفقودة فيها؟، كما تُمكن الجمهور من مُحاسبة المسئولين عن القضايا والموضوعات التي تهم الرأي العام وذلك من خلال مهارات التفكير الناقد التي تُنميها التربية الإعلامية لديهم (CML, 2011).

وأضاف Carlsson et al (2008, 37) **بعض المُبررات التي تُبين أهمية التربية الإعلامية**، وذلك كما يلي:

- **وسائل الإعلام مظهرًا من مظاهر الحضارة والثقافة في المُجتمع:** بدلاً من إدانة قوة وتأثير وسائل الإعلام فمن الأفضل الاعتراف بأنها تُشكل عنصرًا هامًا من عناصر الحضارة والثقافة؛ حيث تقوم التربية الإعلامية بتوجيه تلك الوسائل نحو تشجيع المواطنين الفاعلين في المُجتمع.

- **التُباعد بين الأنظمة التربوية والإعلامية:** إن وجود الاختلافات التي غالبًا ما تُباعد بين الأنظمة التربوية والإعلامية؛ بل والعالم المُحيط بالطلاب؛ أدى إلى رداءة وضعف إعدادهم لحياة الجيل المُعاصر التي تتسم بالمعلوماتية، والتربية الإعلامية تقوم بالمُقاربة بين هذه الاختلافات.

ويضيف (Davis, 1992) مبررات أخرى، ومنها أن التربية الإعلامية: تُشجع على التأمل بالقيم الشخصية، وتتضمن دمج التقنيات الحديثة في التعلم، وتُشجع حركة الإصلاح التربوي، وتُشجع الحوار في قاعات الدراسة الذي بدوره يُشجع الحوار خارجها.

مما سبق يتضح أن مُعظم المبررات التي أثيرت ذات أهمية عامة للتربية الإعلامية، لذلك يُمكن إضافة بعض المبررات لأهمية التربية الإعلامية التعليمية والتربوية (فهد الشميمري، ٢٠١٠، ٢٧-٢٨)، **ومن أهمها ما يلي:**

- **تعزيز الدافعية للتعلم:** تتمتع التربية الإعلامية بعدة خصائص من شأنها تعزيز الدافعية للمُتعلم، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها، فهي تبحث في شئ محسوس يتصل مُباشرة بحياة المُتعلم اليومية، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسراره.

– **وضوح نتائج التعلم:** إن وضوح نتائج التعلم بشكل بارز على شخصية المُتعلم في الحياة اليومية تُزيد الدافعية لديه وبذل الجهد، لأن الوعي الإعلامي يُمكن بسهولة أن يُلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية، بخلاف قُدرته على حل مسائل الرياضيات المعُقدة؛ وذلك على سبيل المثال.

– **مهارات التفكير العليا:** إن التربية الإعلامية تُساعد على اكساب المُتعلم مهارات التفكير العليا وتنميتها، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها، لأن مجال الإعلام يُعد مجال خصب جدًا لتفعيل مهارات التفكير العليا.

– **تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية:** إن التربية الإعلامية تُقدم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية، وتكشف له الكثير من أسرار صناعة الإعلام طبقًا لمبادئ التربية الإعلامية، وتُساعد على تمكين المُتعلم من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع الإعلام، وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المُتعلم، وامتلاكه الروح الإيجابية للقيام بسلوك إيجابي.

– **التعلم الذاتي والتعلم التواصلي مدى الحياة:** إن التربية الإعلامية تضع البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تُتيح للمُتعلم مواصلة التعلم في هذا المجال بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعلم الذاتي، والتعلم مدى الحياة.

– **واقعية هذا المجال والحاجة إليه:** إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءًا كبيرًا من حياة الإنسان في العالم المُعاصر، ويرافقه طوال حياته، وهذا يُثير لدى المُتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام من خلال التربية الإعلامية.

ومن ضمن المبررات أيضًا أن التربية الإعلامية تُشجع على تنشئة المواطنة المسئولة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية. إلى جانب ذلك تشمل التربية الإعلامية عددًا من الفوائد (CML Center For Media Literacy, 2003)، ومنها: تمكين الطالب من أن يصبح مُستهلكًا حكيمًا للرسائل الإعلامية، وزيادة قدراته على الاتصال والتعبير، وتمكينه من التعامل مع ثقافة مُشبعة بالرسائل الإعلامية وتوفير فرصة لدمج المناهج الدراسية، وبناء مهارات المواطنة المطلوبة للمشاركة في الحوار العام.

كل هذه المبررات لخطورة وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال على الجمهور تُزيد من أهمية التربية الإعلامية في الوقت الحالي، بالإضافة لأهمية التعرض للمضامين الإعلامية المُفيدة، فنشر التربية الإعلامية في المُجتمع كحائط صد يحمي المُجتمع من التأثيرات الضارة لبعض وسائل الإعلام، وتنمية قدرات الجمهور على تحليل المضامين الإعلامية وفهمها وإنتاجها (Hobbs, 1998, 56-57). فالتربية الإعلامية أصبحت ضرورة مُلحة للتعامل مع هذا الواقع الجديد؛ حيث تفوقت وسائل الإعلام على الحروب في تأثيرها على الرأي العام، لأنها توصلت إلى مستوى غسيل الأدمغة نظرًا لما تملكه من قوة تأثيرية عالية على الجمهور.

وهذه المخاطر والتطورات فرضت على المؤسسات التربوية والاجتماعية البحث عن الطرق والوسائل المُناسبة للتعامل مع هذا الواقع الجديد نظريًا وتطبيقيًا من خلال تنمية مهارات النشء والشباب في التعامل مع وسائل الإعلام، وتنمية التفكير الناقد لديهم تجاه ما يُطرح في هذه الوسائل، كما تُمثل أهمية خاصة للنشء والشباب التي تُنمي قُدراتهم الذهنية على الاختيار والاستيعاب والفهم والتحليل للمواد الإعلامية؛ بل والمُشاركة في إنتاجها وتشاركها، فكثرة البدائل الاتصالية والتقنية العالية في شبكة الإنترنت تُلزم المُجتمع والمُهتمين بتربية النشء والشباب إعلاميًا لفهم الرسائل الإعلامية والتفاعل معها بشكل إيجابي (عبد الرحيم درويش، ٢٠٠٦، ١٨٧).

فالتربية الإعلامية تُحاول توجيه الإعلام للوجهة التربوية الايجابية والبناءة، من خلال توجيه سلوك الفرد بشكل مُباشر أو غير مُباشر لمواجهة قوة وسائل الإعلام، فهناك ارتباط وثيق بين حقوق المواطنة ومعايير التربية الإعلامية، فإن أبرز حُقوق المواطنة تتمثل في تسليح المواطن بالثقافة التي تحميه من ابتزاز وسائل الإعلام وتأثيراتها السلبية والضارة، فضلاً عن تشجيع المواطن على الوصول إلى مصادر مُتنوعة للمعلومات وعدم الاعتماد على مصدر واحد (Considine, 2011).

كما تنطلق التربية الإعلامية من الناحية الاجتماعية من قاعدة هامة مُتمثلة في الربط بين المُمارسات غير المسئولة للوسائل الإعلامية بالمُجتمع وبين تعظيم الوعي لدى الرأي العام بالآثار الناتجة عن تلك المُمارسات، فضلاً عن تزويده بالمعارف والمهارات الإعلامية اللازمة التي تضمن للرأي العام تفاعلاً ايجابيًا مع وسائل الإعلام بما يُمكنه من الاستفادة من وظائفها المرغوبة وتجنب آثارها الاجتماعية غير المرغوبة (Johan, 2011, Online). كما تُمكن الفرد

من التعامل الجيد مع وسائل الإعلام، وفهم أبعاد الإعلام الأيديولوجية، وقيمة المهنية، ومعرفة كيف ينبغي للإعلام أن يؤدي رسالته، ومتى يكون الإعلام راقيًا ومتى يكون دون ذلك، ومن ثم تمكينهم من الضغط على الإعلام للاستثمار في المعلومة، والدقة المهنية بدلاً من الابتذال والزيف (عمار بكار، ٢٠٠٦، Online).

في ضوء ما سبق يتضح أن الأهمية الأساسية للتربية الإعلامية، تتمثل في: جعل الجمهور واعيًا بالأداء الإعلامي، إيجابي مُشارك في إنتاج مضامين إبداعية إعلامية مسئولة، فعال في عملية الاتصال الإعلامي، غير خاضع للتأثيرات السلبية لهذه العملية، وقادر على اختيار الوسائل الإعلامية ومضامينها، وتكوين رؤية ناقدة وإدراك ما تحمله المضامين الإعلامية.

وليس ذلك فحسب فهناك **فوائد كثيرة عائدة من تعلم الفرد للتربية الإعلامية**، قام بتحديدها Missa (2013, 36) من خلال عدة نقاط، وهي كالآتي:

- تُعزز احترام وحماية حقوق الإنسان والحريات، وتعمل على تمكين جميع المواطنين من اتخاذ قرارات مُستنيرة حول وسائل الإعلام.
- توفر إطارًا شاملاً لجميع المواطنين لمواجهة التحديات الجديدة، والمخاطر، والتهديدات والفرص المواتية؛ ونظرًا للتأثير الكبير لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على جميع مجالات الحياة، منها: الشخصية، والاجتماعية، والمهنية، والاقتصادية، والسياسية.
- تُساعد في رفع مستوى الوعي والفهم المعرفي؛ وذلك فيما يتعلق بوظائف وسائل الإعلام، ومُقدمي المعلومات بالمُجتمعات الديمُقراطية، وتوفر لهم التفاهم حول الشروط المطلوبة لأداء تلك المهام بفاعلية ومسئولية.
- تُساعد في إكساب الجمهور كل من: الكفاءات الأساسية اللازمة للوصول إلى المعلومات ومضامين وسائل الإعلام، تقييم أداء وسائل الإعلام ومُقدمي المعلومات في ضوء الوظائف المتوقعة، إنشاء وتبادل المعرفة بفاعلية أخلاقية.
- تُساعد على تعزيز الكفاءات على المستويات المؤسسية والفردية.
- تُحسن عملية التعليم والتعلم المُقدمة من قبل المُعلمين للمُتعلمين من خلال مُساعدتهم على أن يصبحوا مُستقلين، ومنتقدين وأكثر فاعلية بالمعرفة الإبداعية (Jeffery, 2012, 114)

ولتكون حائط الصد المنيع لتوعية الجمهور وجعله قــادر علـــى التحليـــل والنقـــد للمضـــامين الإعلامية.

٢. أهداف التربية الإعلامية:

إن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فحسب، بــل تكــوين الحُكم الذاتي المُستقل بشأن مضامين وسائل الإعلام المُختلفة؛ بمعنى تعلُم عملية تكوين الأحكــام الذاتية عما يُمكن للفرد أن يقوم به بعد أن يترُك الدراسة ويواجه وسائل الإعلام طيلـــة حياتـــه (Masterman, 1989, 59)، وبهذا يتعلق جوهر التربية الإعلامية بوقاية الأطفال ضـــد الآثـــار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلـــى الانتقائيـــة فـــي التعرض، وإدراك المُحددات الأساسية التي تحكم عمل وسائل الإعلام" (عبد الرحيم درويـــش، ٢٠٠٦، ٢٠٩).

كما أنها لا تهدف فقط للنظر إلى وسائل الإعلام من منظور واحد، وإنما تُشـــجع وجهـــات النظر المُختلفة (Brereton, 2001, 108)، فجوهرها يتمثل في وقاية الـــنشء والشـــباب مـــن التأثيرات السلبية الناتجة من تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانتقائيـــة في التعرض للمضامين الإعلامية، وإدراك المُحددات الأساسية التي تحكـــم وســـائل الإعـــلام (مجيب عبد الله، ٢٠١٣، ٧٤). وحاول "Percival" اختزال الهدف من التربية الإعلامية، فـــي: "نشر تعريف الإعلام للواقع، وتقويم أدوات شاملة للطلبة لمساعدتهم على تطوير قدراتهم الذاتية؛ ليصبحوا أشخاصاً كباراً ناضجين مسئولين" (طلال الخيري، ٢٠٠٩، ١٣٦).

وعلى الصعيد الإسلامي والعربي، طالب عبد الجبار دولـــة (٢٠٠٩، ٧٦) بإضـــافة القـــيم الإسلامية ضمن أهداف التربية الإعلامية، ونادى طلال الخيري (٢٠٠٩، ١٣٦) بأن يُضاف إلـــى أهداف التربية الإعلامية في المُجتمعات الإسلامية، تنمية القيم الإسلامية، وتحقيـــق الاعتـــزاز بالعقيدة وتنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين. كما يرى مُجيب عبد الله (٢٠١٣) أن التربية الإعلامية الإسلامية ليست مُجرد هدف يجب إضافته شأنه شأن بقية الأهداف، ولكنها فلسفة كامنة في جوهر التربية العامة في المُجتمع الإسلامي تحكم جميع الأهداف ولا تتجـــاور معها أو بعدِّها هدفًا إضافيًا.

ويُحدد Massey (2001, 68) الهدف الرئيس للتربية الإعلامية في: "**جعل الأفراد مُشاركين نشطين في عملية الاتصال، وفي إيجاد المعنى بدلاً من أن يكونوا كقطع الشطرنج في يد القائمين بالاتصال**"؛ أي تمكينهم بأن يُصبحوا مواطنين مسئولين، ذوي معرفة في استهلاكهم لوسائل الإعلام، ويتضمن هذا الهدف العديد من الأهداف التي يؤكد عليها الكثير من باحثي التربية الإعلامية كمُخرجات مرغوبة للتعلم الإعلامي، وهي أهداف مترابطة ومتتالية، قد حددها Potter (2003, 135)، وهي كما يلي:

– **زيادة الفهم لجوانب الإعلام المُتعددة:** هدف التربية الإعلامية الأول يتمثل في قيادة الأفراد لفهم أكثر عُمقًا للإعلام ورسائله الإعلامية المعرفية والوجدانية والفنية والأخلاقية؛ أي الدخول بهم لفهم التراكيب الإعلامية وتأثيراتها وقدراتها وأشكالها وفنياتها وأبعادها الجمالية، وما تتضمنه من سياقات وما تحمله من معانٍ ظاهرة وكامنة حيث يكون الفرد قادرًا على رؤية الرسالة الإعلامية المُعطاة بمنظور أكبر وأوسع يحمل الكثير من تفاصيلها وخفاياها، ويكون أكثر إدراكًا لمستويات المعنى الظاهر والكامن مما يُثري ويزيد الفهم عبر تنمية التفكير والتحليل الناقد حيث يُمكِّنهم من اكتشاف القيم الكامنة في الإعلام (Wilson, 2002, 96).

– **زيادة التحكُم على عملية تفسير الرسائل الإعلامية بأشكالها المُختلفة:** الأفراد ذوي التربية الإعلامية أكثر قُدرةً على صُنع واختيار المعنى مما يُزيد من تحكُمهم على فهم الرسائل الإعلامية التي تخضع لتفسيرات القائم بالاتصال، وتفسيرها من أبعاد مُتعددة مما يَمُد المُتلقي باختيارات عديدة لمعانيها ويُنمي قُدرته على فرز تلك الاختيارات وتقرير قبوله أو رفضه لمحتوى الرسالة الإعلامية، واختيار المعنى الأكثر مُناسبةً وفائدة، ويؤدي هذا بالتالي إلى السيطرة والتحكم في فكره وسلوكه دون أن يكون مقيدًا أو محصورًا في قبول ما يُقدمه صانع الإعلام من أفكار وتفسيرات ومعانٍ ظاهرة دون إدراك للأبعاد الخفية في الرسالة الإعلامية، وبذلك لا يُصبح الإعلام المُتحكم في مُتلقي المضامين، فإذا تم التحكُم فإنه يُمكن المُتلقي من الحكُم الذاتي الناقد في علاقته بوسائل الإعلام (Yates, 2001, 8).

– **تعزيز وزيادة التقدير السليم للمضامين الإعلامية:** مع الفهم الأعمق للإعلام والتحكُم الأكبر في التعرض له وتفسيره يأتي التقييم للعمل المُقدم ككل مظهر وجوهر، وذلك من خلال العديد من الطُرق، فمع التعليم والتدريب يتمكن الفرد من تقدير الكثير من الملامح والأبعاد في العمل المُقدم التي يأخذها غيره كأمور مُسلم بها، وبالتالي يغفل عنها في حُكمه على الرسالة

المُقدَّمة، لكن التربية الإعلامية تقود الفرد إلى التقدير والاستحسان لبعض المضامين ونبذ ورفض البعض الأخر أو التقليل من قيمتها. فالأفراد ذوي التربية الإعلامية أكثر مُلاحظة لعناصر المضامين الإعلامية المُقدَّمة وفنياتها وتأثيراتها، فيتمكنوا من إدراك الجيد والحَسِن فيها ويستمتعوا بها، وإدراك العناصر السيئة التي تُقلل من قيمة المضامين فينصرفون عنها ليصل الفرد إلى تقدير الرسالة ككل على أساس سليم وموضوعي.

– **تعليم الأفراد تقييم وتقويم المضامين الإعلامية وإنتاجها:** معرفة الأفراد بالأبعاد المُختلفة للإعلام وتنمية قُدراتهم للحُكم فيما يتعرضون له وتعلمهم تحليل ونقد المضامين الإعلامية، يُمكنهم من تعلُم كيفية إنتاج المضامين ومشاركتها، وهو ما يتطلب تعلُم العديد من المهارات ليتمكن الفرد من بناء وإنتاج مضامين إعلامية، فالهدف الإنتاجي هنا هدفًا تعليميًا وليس هدفًا تُجاريًا، بالتالي فهو يتحقق بتمكُين الفرد من التعبير عن ذاته وتوصيل ما يُريد قوله في إطار وشكل إعلامي مُناسب للآخرين.

فعملية تحويل الفرد من مُستهلك لوسائل الإعلام إلى مُنتج مُبتكر لرسائله ومسئول عنها هو أحد الاتجاهات الرئيسة للتربية الإعلامية، فإذا كان الفرد صغير السن يُطلق على هذا الهدف "**التربية الإعلامية عبر مُمارسة الصغار للعمل الإنتاجي**" بما يمكِّنهم من الاتصال والتواصل مع الآخرين مُعبرين عن آرائهم قادرين على نقلها وتوصيلها للآخرين، وهذا هو التوجه الذي يرى أهمية تنمية مجال الإنتاج الإعلامي داخل المؤسسة التعليمية وخارجها، والذي تتسع مجالاته لكل أشكال الرسائل الإعلامية من إنتاج صحف وبرامج إذاعية وتلفزيونية بالاضافة إلى الإنتاج الرقمي عبر شبكة الإنترنت (British Film Institute, 2004).

فالتربية الإعلامية تهدف إلى تبصير الرأي العام والجماهير بُمخرجات وسائل الإعلام، وآليات عملها، وتأثيراتها على الفرد والمجتمع (Davis, 1992, 137)، ولا يقف الأمر عند حدود هذه الأهداف، ولكن هذه الأهداف يُمكن أن تتطور أو تتغير بتطور العمليات الإعلامية ووسائلها، واتجاهاتها في علاقتها بالسياقات التي تعمل في إطارها، كذلك علاقتها بالنُظم الاجتماعية وجمهور هذه الوسائل، وبتطور مستويات تحقيق هذه الأهداف، والتقُدم الحادث في مستوى الوعي والثقافة الإعلامية التي حققتها التربية الإعلامية مع المواطنين والمُجتمع، مع مُراعاة حقوق الفئات المُهمشة والشرائح الضعيفة اقتصاديًا واجتماعيًا وذوي الاحتياجات الخاصة في رسم هذه الأهداف وتحقيقها (محمد عبد الحميد، ٢٠١٢، ١٢٤).

وكان مؤتمر فيينا (١٩٩٩، ٣) قد طرح عددًا من أهداف التربية الإعلامية ومبادئها، التــي ينبغي السعي إلى تحقيقها من خلال تعليم أفراد المجتمع، وهي:

- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحمله مضامينها من قيم.
- التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية.
- اختيار وسائل الإعلام المُناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المُستهدف.
- التواصل مع الإعلام أو المُطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج.

كما طرحت وثيقة المعلومات الأساسية لليونسكو (Alicelee, 2013, 96) الأهـداف التي تسعى التربية الإعلامية لتحقيقها، وهي:

- فهم دور ومهام وسائل الإعلام.
- فهم الأوضاع التي تجعل وسائل الإعلام تقوم بوظائفها.
- التحليل الناقد لمضامين وسائل الإعلام وتقيمها.
- استخدام وسائل الإعلام للمُشاركة الديمقراطية والحوار بين الحضارات والثقافات.
- إنتاج الجمهور لمضامين وسائل الإعلام.

كما حددت المفوضية الأوروبية في ندوتها الخاصة بالتربية الإعلامية عام ٢٠٠٧م عدة أهداف (Tibor, 2011, 113)، وهي:

- الشعور بالراحة نحو وسائل الإعلام جميعًا، واستغلال أفضل الإمكانيات لهـا للترفيه والحصول على الثقافة.
- وجود منهج ناقد لجودة ودقة المضامين الإعلامية.
- الاستخدام الأخلاقي لوسائل الإعلام.
- فهم اقتصاد وسائل الإعلام والفرق بين التعددية وملكية وسائل الإعلام.
- فهم قضايا حقوق المؤلف والتي تُعد ضرورةً خاصةً لجيل الشباب.

وقد أورد Carlsson et al (2008, 50-51) الأهداف الرئيسية للتربية الإعلامية، والتي تم تحديدها في مؤتمر باريس عام ٢٠٠٧م، والتي تم حديدها، كما يلي:

- إعطاء مدخلاً للاستفادة من جميع أنواع وسائل الإعلام.

- تطوير مهارات التحليل الناقد للمضامين الإعلامية، سواء كانت إخبارية أو ترفيهية؛ وذلك لتعزيز قُدرات الأفراد الشخصية كمُستخدمين نشطين.
- تشجيع الإنتاج والإبداع والتفاعل في جميع ميادين الاتصال الإعلامي.

- السلوكيات المتوقعة من الفرد المُتعلم للتربية الإعلامية:

نقل دليل التربية الإعلامية عن مشروع لوك شارب، وبولين سنتر في مركز الدراسات الإعلامية في لوس أنجلوس، بعضًا من السلوكيات التي تُعد أهدافًا للتربية الإعلامية، وهي:

- استخدام وسائل الإعلام بحكمة وفعالية.
- التشارك في التفكير الناقد عند تقييم الرسائل الإعلامية.
- التحقُق من مصداقية المعلومة من مصادر مُختلفة.
- الفهم لسُلطة الصور المرئية، والتعرُف علة كيفية قراءاتها.
- إدراك التنوع الثقافي الموجود في العالم، وتقدير الاختلاف في وجهات النظر.
- التعبير عن النفس بوضوح وإبداع باستخدام أشكال مُختلفة من وسائل الإعلام.
- إدراك تأثير وسائل الإعلام على المُعتقدات، والمواقف، والقيم، وأنماط السلوك، والعملية الديمقراطية.

٣. عناصر التربية الإعلامية:

يتبين من التعريفات السابق ذكرها؛ أن التربية الإعلامية تتكون من عناصر رئيسية عدة، منها: التحليل، والتقييم، والإنتاج، والإبداع، وتعني تلك العناصر بالنهوض وتنمية الجوانب الشخصية المُتمثلة في الوعي والتفكير الناقد والقدرة على المُشكلات بشكل إبداعي، وتُعطي عناصر التربية الإعلامية رؤية شاملة لمفهوم التربية الإعلامية، وهناك عدة عناصر للتربية الإعلامية، يكاد يجمع عليها الباحثون والمتخصصون في هذا المجال وإن أضاف عليها البعض عناصر أخرى، وتلك العناصر التي قام بتحديدها كل من Silverblatt (1995, 2-3), Turow (2003, 26-30)، وهي كالآتي:

- **الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمُجتمع:** إن الإنسان اليوم خاصةً النشء والشباب يعيش في بيئة غنية ومُشبعة بوسائل الإعلام، ويتعامل ويتفاعل مع العديد من الرسائل

الإعلامية بوعي أو بدون وعي؛ بالتالي فهي تُوثر في طريقة تفكير الإنسان وإدراكه لذاته والآخرين والعالم، وتؤثر في قيمه واتجاهاته وأحكامه وسلوكه، فيعتمد على ما يُنشر ويُبث ليمده بفهم واضح لأحداث العالم. فوسائل الإعلام قوة نافذة ومُتغلغلة في المُجتمع المُعاصر، وهو ما يُفسِر ضرورة أن يعي ويُدرك كل من النشء والشباب دور الإعلام وتأثيراته المُحتملة عليه وعلى المُجتمع؛ ليتمكن من ضبط تأثيراته والتحكُم فيها بشكل أفضل وقيادتها، فتلك أول خطوة نحو المعرفة الإعلامية؛ بالتالي يتمكنوا من إصدار أحكام واتخاذ قرارات واعية تظهر باستجابة صحيحة نحو المعلومات المُتلقاه.

– **فهم عملية الاتصال الجماهيري:** إن الإعلام ما هو إلا عملية اتصال جماهيري تتكون من عدة عناصر تتفاعل معـاً، وفهم هذه العملية يتطلب معرفة بقواعدها وعناصرها، لهذا فالتربية الإعلامية تتطلب فهم تلك العناصر والعلاقات بينها، فمعرفة كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية ونقلها وتفسيرها تُمكن الفرد من أن يُصبح مُشاركًا نشطًا في عملية الاتصال، وكمراقب وراصد لهذه العملية، وكلما أصبح أكثر مُشاركة في عملية الاتصال الجماهيري زادت إمكانية تشكيله لخبراته الإعلامية وقلت إمكانية أن تُشكله هي.

– **تطوير إستراتيجيات تُمكن من تحليل ومناقشة المضامين الإعلامية:** يتطلب تكوين الرسائل الإعلامية الكثير من الجُهد والعمل والمال من أجل التخطيط والإعداد الجيد والإنتاج المُتميز لها، فالجمهور يتم دراسته، وتتحدد ملامح الاتصال، ويتم تقويم المحتوى عدة مرات لتحقيق أقصى كفاءة وفاعلية مُمكنة لعملية الاتصال، فليس من المقبول أن تُستهلك الرسالة وتُفَسر قيمتها الظاهرة. فهو طريق ساذج للاستجابة للمحتوى الإعلامي وإن كان المُعلنون وأصحاب المصالح يُفضلون هذه الاستجابة المُحقّقةَ لأغراضهم، فامتلاك إستراتيجية لتحليل رسائل الإعلام من خلال فهمٍ أدوات تكوينها، والقُدرة على مُناقشة مصداقية وقيمة الرسالة يُزود المُتلقي برؤية أوضح للمعنى الظاهر والكامن في الرسالة ويجعل المُستهلك لمضمون الرسالة أكثر تأملاً وفاعلية وتمييزًا للإعلام، وهذه الإستراتيجيات يحتاج إليها الفرد كأساس يؤسس عليه تفكيره وإدراكه للمحتوى الإعلامي.

– **الوعي بأن المضمون الإعلامي يمُدُ الأفراد برؤية مُتبصرة لأنفسهم وثقافتهم:** إن وسائل الإعلام ما هي إلا رواة للثقافة في وقتنا الحالي. فعند النظر للرسائل المُقدَّمة في مُختلف وسائل الإعلام بدولة ما يُمكن حصد العديد من الإشارات والدلائل المُرتبطة بثقافة هذه الدولة

وسمات أفرادها، ذلك بفحص القيم المُقدَّمة، ومنها: التفكير، والتسلية، والمخاوف، والاتجاهات، والأكاذيب، والحقائق، والأساطير، وغيرها، كما أن وسائل الإعلام يُمكنها أن تُشكّل فهم النشء لنفسه وللآخرين، ورؤيته لثقافته وللثقافات الأخرى، فمعرفة ثقافة المُجتمع يُساعد على فهم ما يُقدمه في رسائله الإعلامية.

– **تنمية القُدرة على الاستمتاع الجمالي وفهم وتقدير مضامين وسائل الإعلام:** إن فهم وتحليل ونقد المضامين الإعلامية لا يعني النقد والتشكيك في كل ما تُقدمه وسائل الإعلام. فليس كل ما يُقدمه الإعلام سيئًا ويحمل بين طياته بذور الشر، فهناك الجيد الذي يُحقق سعادة ومُتعة هائلة، وكلما كان الفرد مُستهلكًا مُدركًا وواعيًا لوسائل الإعلام؛ كان بإمكانه أن يُثري ويُعزز جوانب المُتعة والتسلية أثناء تعاملُه مع وسائل الإعلام، فالاستمتاع والفهم والتقدير للمحتوى الإعلامي يتضمن قُدرته على استعمال مداخل عديدة للمحتوى الإعلامي، وبالتالي استنتاج مستويات عديدة من المعنى، وهكذا يُسيطر على صُنع المعنى فيُحقق الاستمتاع والتقدير لما يُقدم. فالتربية الإعلامية لا تُقلل من استمتاع الفرد بالبرامج الجديدة، كما أنها لا تعني الشك والارتياب فيما يُقدم والتوجه دائمًا نحو التأثيرات الضارة والنظر فقط لجوانب الفساد والخلل الثقافي، ومثال على ذلك، دراسة الشعر والقصص يُزيد من الفهم والتقدير لها، ونفس الشيء يُمكن أن يَحَدُث مع المضامين الإعلامية حيثُ يكون الفرد قادرًا على الاستمتاع بعروض وسائل الإعلام بدرجات مُختلفة ومشاركًا نشطًا في عملية صنع المعنى.

– **التفكير الناقد:** إن التفكير الناقد جزء من التربية الإعلامية ومعيار رئيسي لها، ومُمارسة التفكير الناقد فيما يُقدمه الإعلام بأسلوب سهل وإيجابي يُتيح تنمية المهارات اللازمة كأدوات للدخول لوسائل الإعلام وتحليل مضامينها وإنتاجها. فيتعلم الفرد السؤال والبحث عن إجابات، فيكتشف المعاني ويتعلم التفكير في كيفية استخدام وسائل الإعلام، وكيفية تلقي رسائله، كما أنه من خلال التفكير الناقد تتم مُناقشة القضايا والموضوعات التي تُثيرها وسائل الإعلام وتؤثر فيها فيُتيح للفرد منافذ ينظُر منها على العالم المُشبع بالإعلام، ويسمح له بالنمو الشخصي وتَبنّي اتجاهًا ثقافيًا ناقدًا مُستقلاً، ويضع إستراتيجيات للتفاعل والحركة التي تزداد ضرورتها في ظل ثقافة قد تتسم بالجمود.

– **القُدرة على إنتاج مضامين إعلامية إبداعية فعالة؛ مؤثرة مسئولة:** إن التربية الإعلامية لا تنحصر مُهمتها ومفهومها على الفهم الجيد للمحتوى الإعلامي لكنها تمتد لتشمل

استعماله بكفاءةٍ، وبناءًا على ذلك فالمُتعلم للتربية الإعلامية يجب أن يُنمي مهارات الإنتاج والاتصال التي تسمح له بالتعبير الناجح عن وجهة نظره وآرائه ومن ثم إعداد رسائل إعلامية جديدة مؤثرة مسئولة، ويجب التأكيد على إنتاج المحتوى في أي شكل من أشكاله أكثر صعوبة من استهلاكه، وقد يبدو هذا العُنصر غير مُهم في الملمح الأول له، لكن بنظرة أعمق وأبعد تتضح أهميته؛ حيث تمتد مهاراته لكثير من المواقف التي يواجهها النشء والشباب في حياته، فهم بالضرورة سيواجهون الكثير من المواقف في دراستهم، وعلاقاتهم، وألعابهم، وأفعالهم، وأقوالهم، التي تتطلب هذه المهارات، وهذا العنصر هو بمثابة مُمارسة وتطبيق للنظرية، فالقُدرة على الإنتاج تُزيد من فهمه للعملية الإعلامية بعناصرها وتأثيراتها، فالمُمارسة العملية للتربية الإعلامية تُساهم بشكل فعال في تعليم وتعلُم أكثر عُمقًا.

– **فهم الالتزامات الأخلاقية لمُنتجي المضامين الإعلامية:** إن إصدار أحكام عن الأداء الإعلامي يتطلب الكثير من المعلومات والتي يجب أن تتضمن الضغوط التي تتعرض لها وسائل الإعلام والقائمين عليها، ويجب إدراك القواعد الرسمية وغير الرسمية التي تحكُم العمل الإعلامي، وهو ما يتضمن معرفة نسبية بالالتزامات الأخلاقية والقانونية، فالكثير مما يُقدمه الإعلام قد يكون غير أخلاقي لكنه من الناحية القانونية ليس عليه أي اعتراض، كما أن الكثير من الضغوط قد تُقيد العمل الإعلامي مما يفرض الإلمام – بدرجة ما– بالظاهر منها على الأقل لفهم أكثر وعيًا بما يُقدم في وسائل الإعلام والحكُم الصائب عليها.

٤. المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية:

لقد أضحى الناس اليوم في عالم تأتيهم المعلومات على مدار الساعة بجميع الصيغ التي يُمكن أن نُفكر بها، وهي معلومات تحمل قيم واتجاهات أولئك الذين أعدوها أو نقلوها من مصادر أخرى لتحقيق أهداف مُعينة. والخطورة لا تكمُن في وجود هذا الكم الهائل من المعلومات، وإنما سهولة وإمكانية الوصول إليها من قبل الأفراد ومن جميع الأعمار؛ لذا لم يعُد للخصوصية مكان في عالم المعلومات المفتوح فلا الجهات الرسمية تستطيع التحكم بها، ولا الكبار يُمكنهم توجيهها زمانًا أو مكانًا، كمًا أو كيفًا للأفراد، فالإشكالية الضخمة التي يواجهها المهتمون بالشأن الاجتماعي والتربوي تتمثل في كيفية التعامل مع هذا الواقع الجديد والمُستقبل القريب. ويرى الكثيرون إن أهم مداخل التعامل مع تلك الإشكالية يكمُن في التربية الإعلامية

(CML, 2003), (Wikimedia, 2006), (Freed, 2003)، وهم يعتبرونهـا ضـرورة مُلحـة للتعامل مع هذا الواقع الجديد وفقاً للمبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية.

فتختلف المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية من باحث إلي أخر، وتُعد المبـادئ التـي حددها Turow (2009, 27-30) هي الأكثر شمولاً ووضوحًا، وهي كالآتي:

– **المبدأ الأول- المواد التي تُقدمها وسائل الإعلام يتم بناؤها:** أي أن جمهور وسـائل الإعلام يجب أن يكون على وعي بأن ما يقرأه ويسمعه ويشاهده عبر وسائل الإعلام ليس هـو الواقع، وإنما هو إعادة خلق للواقع من خلال وجهات نظر القائمين بالاتصال.

– **المبدأ الثاني- المضامين الإعلامية يتم إنتاجها وتوزيعها من خلال بيئـة تُجاريـة واقتصادية:** يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات لها سياسة تُجارية وتحتـاج إلى تحقيق أرباح من خلال الإعلانات، لذا فأنها تقوم بجذب أكبر عدد من الجمهور.

– **المبدأ الثالث- المضامين الإعلامية يتم إنتاجها من خلال بيئة سياسية:** يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات إعلامية خاضعة لقرارات وتنظيمات وقيـود تضـعها الحكومة عليها مما يؤثر على طريقة مُعالجة المضامين الإعلامية.

– **المبدأ الرابع- المضامين الإعلامية تُقدم بأشكال مُختلفة عبر وسائل الإعلام:** يجـب أن نعي أن المضامين الإعلامية تُقدَّم بأشكال مُتنوعة عبر وسائل الإعلام سواء كانت أخبارًا أو إعلانات أو دراما، وعلى الجمهور أن يُدرك الفروق بين هذه الأشكال، بالإضافة إلـى معرفـة الفروق بين كل وسيلة وأخرى من وسائل الإعلام، أي طبيعتها.

– **المبدأ الخامس: تؤثر المضامين الإعلامية على إدراك الجمهور لمُجتمعه وواقعه:** أي أن الجمهور قد يُدرك واقعه ومُجتمعه من خلال ما تُقدمه وسائل الإعلام، وأكبر مثال على ذلك الصورة النمطية لبعض الأفراد أو الشعوب في وسائل الإعلام، والتي يتأثر بهـا الكثيـر مـن الأفراد المُتلقيين.

– **المبدأ السادس: الجمهور مُتلقي إيجابي للمضامين الإعلامية:** أي أن الجمهور يجب أن يكون إيجابيًا أثناء تلقيه للمضامين الإعلامية من خلال تفاعله مع هـذه المضـامين، وعـدم

موافقته على كل ما يُقدم له على أنه أمر مُسلم به دون تحليل أو نقد أو تغيير هذه المضامين إذا كانت سيئة.

فقد شهد محتوى الإنترنت تطورًا نوعيًا خلال السنوات الماضية، ويُلاحظ أن هذه المبادئ لا تتوافق مع ذلك المحتوى، وأنها أقرب ما يكون لمضامين وسائل الإعلام التقليدية، وأنها قد أغفلت مُعظمها مضامين الإعلام الجديد؛ أي المضامين الصادرة عن الجمهور (UGC)، فأغلبها مُعبر عن الواقع، ويتم إنتاجها وتوزيعها من خلال بيئة مجانية، كما يتم إنتاجها من خلال بيئة غير سياسية إلى حد ما.

ويُعد المحتوى الصادر عن الجمهور من أحدث المفاهيم المُرتبطة بصحافة الإعلام الجديد، وهذا المحتوى هو الذى يقوم بإعداده شخص غير مُحترف، والذي يقابل المحتوى الإعلامي الذي يصنعه الإعلامي المُحترف الذي يعمل في وسائل الإعلام التقليدية، كما أنه يملُك أهمية مُجتمعية ويتم تداوله بشكل واسع، كما أنه ليس قاصرًا على فئة مُجتمعية دون أخرى، وليس قاصرًا أيضًا بتكنولوجيا بعينها، بل هي ظاهرة عالمية أخذت آفاق واسعة أكثر بكثير في العالم الغربي مما عليه الآن في العالم العربي (عمار بكار، ٢٠١١، Online).

فالأفراد ينخرطون في نشاط فعال دائم، وبناء مُجتمعي، ونشاط اتصالي، وإنتاج إبداعي؛ إذن المُستخدمون هم أكثر نشاطًا من جمهور الإعلام التقليدي، فالمحتوى يعود إلى هيكل اللامركزية للإنترنت الذى يسمح بالاتصال من مجموعة إلى مجموعة، نظرًا للنشاط الدائم للمُستخدمين أما الاتصال الجماهيري التقليدي فهو من فرد إلى مجموعة (Christian, 2009, 82). فتحول المُستخدمون إلى مُشاركين في صناعة ونشر المعلومات والأخبار والتعليق عليها وتحليلها على نطاق جماهيري (أس زرزر، ٢٠١١، ٥).

فالحقيقة؛ الطابع التفاعُلي لم يُعد سمة تتسم بها فقط مضامين شبكة الإنترنت؛ إذ أن القنوات التلفزيونية والإذاعية أصبحت تفاعُلية إلى حد كبير أيضًا، فقد حققت مُعدلات عالية من جانب المُستخدمين والمُتعرضين لمضامينها، والتي أدركت أن العصر الحالي هو العصر الذي ينبغي فيه رد الاعتبار للمُتلقي الإعلامي، الذي ظل مُنذ ظهور وسائل الإعلام الأولى يتلقى المضامين بشكل سلبي، ذلك بتخصيص هامش أكبر لمُساهمته الفعالة في إعداد المضامين بأشكالها المُختلفة، سواء بشكل جُزئي أو بشكل كُلي؛ ففي كثير من الأحيان يقوم أشخاص مثلاً

بتصوير بعض الأحداث باستعمال تقنيات مُختلفة وإرسالها إلى قنوات تلفزيونية لتقوم بنشرها، ويحدث هذا –خاصّة- مع القنوات المُعارضة التي مُنعت من فتح مكاتب لها في بعض الدول، والتي تُضيق على المُراسلين والصحفيين، مما يجعل المواطن الصحفي من أنجح السُبل للحصول على المعلومات والأخبار الصحفية؛ فما حدث في إيران و الصين أكبر دليل على ذلك، حيثُ أن السلُطات تُضيق على الصحفيين المُحترفين واضطهادهم، فأدى هذا إلى اللجوء لتقنيات الإعلام الجديد وتطبيقاتها، وحتى وسائل الإعلام الأجنبية أصبحت تعتمد بشكل ملحوظ على ما يُرسله لها المواطنون من مواد إعلامية، باعتبارهم المعنيين بهذه الأحداث أو الأقرب إليها (Shayne, Chris, 2003, 8).

٥. معايير التربية الإعلامية:

حدد Potter (2003, 2-3) خمس معايير أساسية للتربية الإعلامية، وهي كالآتي:

- **التربية الإعلامية سلسلة مُتصلة**؛ أي أنها لا تعتمد على مُعدلات واحدة ومتساوية بين الأفراد، إنما هي سلسلة مُتصلة مُتغيرة ومُتباينة من شخص لأخر حسب قُدرته على إدراك وفهم المضامين الإعلامية بشكل ناقد.

- **التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مُستمر**؛ أي أنها تتطلب تطوير مُستمر من الجمهور حتى يرتقي لمُستويات أعلى، فالتربية الإعلامية لا تقف عند حد مُعين بل يجب تطويرها باستمرار من خلال الوعي والنضج والتفاعلية بإيجابية مع المضامين الإعلامية.

- **التربية الإعلامية تهدف إلى إعطاء الأفراد سيطرة أكبر على تفسيراتهم**؛ أي إنها تُساعد الأفراد على تفسير الرسائل الإعلامية بوعي، مما يُعطي تحكُم أكبر على وسائل الإعلام؛ حيث يُدرك الأفراد نوايا القائمين بالاتصال مما يجعلهُم يتحكمون في تأثيرات وسائل الإعلام.

- **التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية**؛ أي أنها تتطلب مهارات ومعلومات كمقومات للحُكم بوعي على ما تُقدمة وسائل الإعلام.

- **التربية الإعلامية عملية مُتعددة الأبعاد؛** أي أنها تعتمد على تداخُل وتكامل أبعاد مُتعددة في إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية، وحدد Potter (2013, 8-10) أربعة أبعاد أساسية للتربية الإعلامية، وهي كالآتي:
- **البُعد الأخلاقي:** يُشير هذا البُعد إلى مدى قُدرة الفرد على استنباط القيم الأخلاقية التي تحكُم المضامين الإعلامية.
- **البُعد الجمالي:** يُشير هذا البُعد إلى مدى قُدرة الفرد على إدراك النواحي الفنية في المضامين الإعلامية، والقُدرة على تحري الفرق بين الفن الحقيقي والفن المُتكلف.
- **البُعد العاطفي:** يُشير هذا البُعد إلى مدى امتلاك الفرد لحس مُرهف أثناء تعرُضه للمضامين الإعلامية.
- **البُعد المعرفي:** يُشير هذا البُعد إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها الجمهور من حيث القُدرة على إدراك المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها المضامين الإعلامية.

٦. اعتبارات جدلية بشان التربية الإعلامية:

هناك اعتبارت جدلية عظيمة بشأن التربية الإعلامية التي يجب مراعاتها عند مناقشة وتحليل مبادئ ومعايير التربية الإعلامية، قد حددها Hobbs (1998, 16-28)، وهي كالآتي:

- يجب أن تسعى التربية الإعلامية إلي تعليم النشء كيفية تقييم النصوص الإعلامية المُقدمة لهم خاصة الإعلانات والدراما حتى لا يتم التلاعب بهم من قبل القائمين بالاتصال.
- يجب أن تهدف التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية إلي توعية الطلاب بأساليب وتكنيكات ومراحل وتقنيات الإنتاج الإعلامي، مما يُعطيهم خبرة إعلامية، وتزيد من مهارات التفكير الناقد لديهم.
- يجب أن تُركز أنشطة التربية الإعلامية علي المضامين الإعلامية الأكثر شعبية والأكثر أفضلية فيما بين النشء والشباب والمُتمثلة في أفلام العنف والإثارة والأغاني المصورة والكارتون والإعلانات، على اعتبار أن هذه المضامين هي الأكثر تأثيرًا على الأطفال والمراهقين والشباب.

- تُعد التربية الإعلامية شكل من أشكال التغيُر الاجتماعي الذي ينطلق من الأداء الفردي، كما أنها وسيلة لمقاومة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنها أداة ضاغطة لزيادة الرقابة والتنظيم والمسئولية تجاه أداة الوسائل الإعلامية.
- يجب أن تنطلق التربية الإعلامية من البيئات التربوية والتعليمية، وقد نادى العديد من خُبراء التربية الإعلامية إلي أنة يجب تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال **الأُسرة والمدرسة معًا**، فالمدرسة وحدها لا تكفي، والأسرة وحدها لا تكفي، لذا يجب إحداث التكامل والتعاون بين المؤسستين حتى تؤتي التربية الإعلامية ثمارها.
- يجب أن تُدرس التربية الإعلامية في المدارس في مناهج مُخصصة لها ومُستقلة عن باقي المواد الأخرى التي تدرس بالمدرسة، لذا يجب تدريب المُعلمين أولاً علي كيفية تعليم وتدريب الطلبة علي مهارات التربية الإعلامية.
- يجب أن تُدعم المُنظمات الإعلامية برامج وأنشطة التربية الإعلامية، من خلال إعداد البرامج والحملات الإعلامية الخاصة بها انطلاقًا من مراعاة مسئولياتها الاجتماعية تجاه جمهورها.

٧. الأُسس المنهجية للتربية الإعلامية:

هُناك مجموعة من الأُسس المنهجية التي تعتمد عليها التربية الإعلامية والتي قام بوضعها مركز التربية الإعلامية (٢٠٠٤)، من أهمها ما يلي:

- تقوم التربية الإعلامية على تحليل ونقد مُختلف جوانب الرسالة الإعلامية سواء العقلية أو العاطفية أو الفنية أو الجمالية أو الأخلاقية.
- تقوم التربية الإعلامية على إدراك الأهداف والحجج الإقناعية والتكنيكات التي يوظفها القائم بالاتصال في مُعالجة رسائلة للتأثير على عقل الجمهور، مما يُقلل من التأثيرات غير المرغوبة.
- أهمية تعاون الأسرة مع المدرسة في إكساب الطفل منذ الصغر ملكات التفكير الناقد، والقدرة على التفرقة بين الواقع والخيال لما يتلقوه من مضامين إعلامية.

٨. وظائف التربية الإعلامية:

من خلال التتبع التاريخي لمفهوم التربية الإعلامية وتطوراته وارتباطه بتطورات الحياة ومستجداتها التقنية والاتصالية ومجالات التربية الإعلامية ومهاراتها، يُمكن تحديد وظائف التربية الإعلامية، ومنها: ما ذكره Senge, et al (2000)، وذلك على النحو التالي:

– تقوم التربية الإعلامية بتحويل الأفراد من مُستهلكين سلبيين للرسائل الإعلامية إلى مُستهلكين واعيين لوسائل الإعلام ومنتجين قادرين على التعبير عن أفكارهم بواسطة وسائل الإعلام.

– تقوم على إشراك الأفراد في البيئة والحياة الواقعية من خلال ربط التعلُّم بواقع الحياة، وربطهم بالتربية الإعلامية كبيئة خصبة وغنية للتعلم.

– تُعطي الأفراد منهجًا للتفكير الناقد الذي يُصبح عندما نجعله جزءًا من طبيعتهم الداخلية غريزة متأصلة فيهم مدى الحياة.

– تُساعد على إيجاد الأفراد القادرين على التعامل مع مُستجدات التكنولوجيا والحياة الناضجة في عصر الإعلام.

– توفر التربية الإعلامية المجال الحقيقي لعملية التعلُّم التي يقف فيها المُعلم إلى جانب الطلبة ليتعلمون جميعًا، ويكون المُعلم أشبه بالمُرشد غير المُباشر.

– توفر التربية الإعلامية للفرد إمكانيات خصبة للتعلم الذاتي والمُستمر، فالفرد عندما يتعلم مهارات تحليل الرسالة الإعلامية يستفيد من هذه المهارة، بصورة مُستمرة مع التدفق المُستمر للمضامين الإعلامية في عصر الإعلام والصورة.

– تقوم التربية الإعلامية بإعداد الأفراد لتحديات القرن الحادي والعشرين، وتأهيلهم لمُمارسة المواطنة والمُشاركة الفاعلة في الحياة الديُمقراطية.

– تربية الأفراد على التفاعل مع التغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية دون التخلي عن هوياتهم وخصوصياتهم الثقافية.

– مُساعدة الأفراد على تفسير الظواهر الحياتية واستيعابها والمُشاركة في حل المُشكلات، وعلى امتلاك المهارات والقُدرات التحليلية.

– تشجيع الأفراد على المواجهة الإيجابية، عوضًا عن الخوف والاستسلام أو الانعزال أو الرفض لمُجرد الرفض أو الاكتفاء بمُجرد تبرير المسائل والأمور أو إسقاط التُهم على الغير أو نسب المسألة أو القضية لسبب واحد بعينه دون غيره.

– مُساعدة الأفراد على إدراك ظاهرة العولمة وماهيتها وسُبل التفاعل معها، وأخطارها، وطرائق تنقيتها وحُسن توظيفها لخدمة الفرد والجماعة، وعلاقة العولمة بالثقافة.

– مُساعدة الأفراد على التخلُص من الكثير من المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية وإعادة فهم الأمور بطريقة صحيحة ذات نزعة عصرية.

– تقوم التربية الإعلامية بتعزيز الانتقاء الثقافي الصحيح من البرامج الإعلامية الترفيهية والثقافية، مع العمل على إكساب الأفراد مهارات النقد والتحليل وحل المُشكلات.

– تحصين الأفراد من المؤثرات الثقافية والحضارية الضارة بالقيم والمُعتقدات وبالثقافة المحلية.

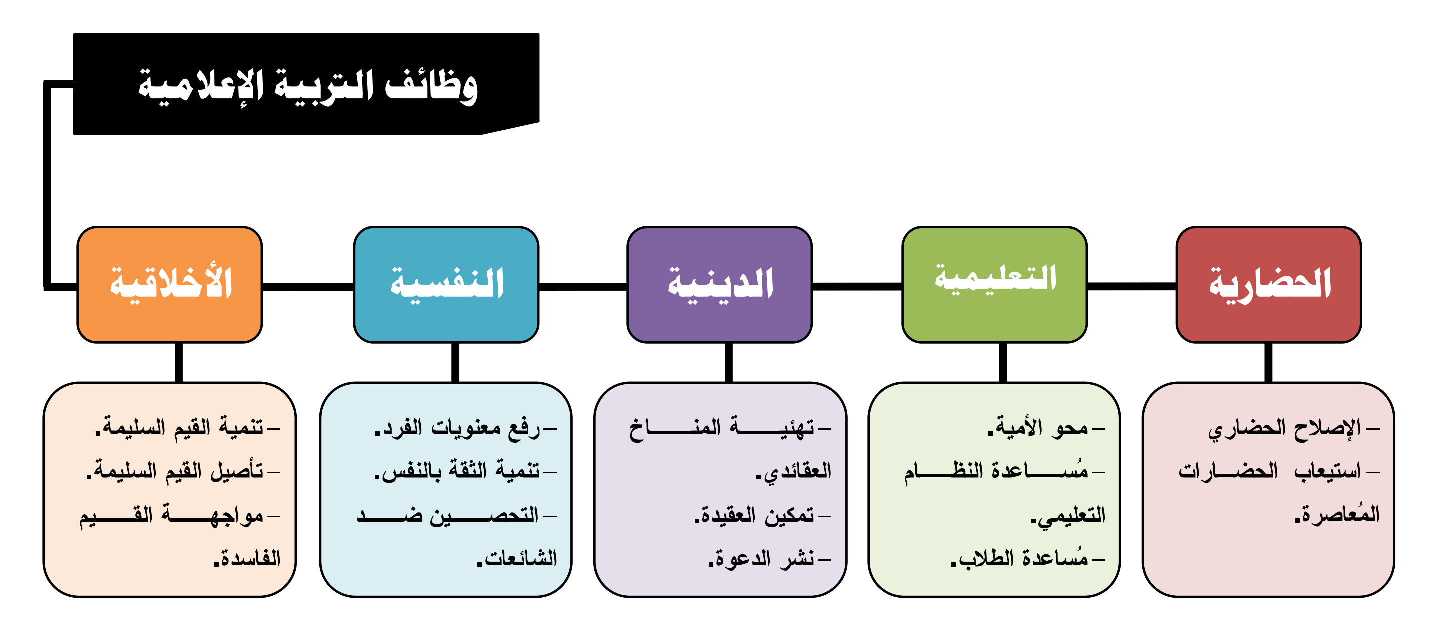
– تدريب الأفراد على آليات البحث عن المعلومات وسبل تصنيفها وتنظيمها وتحليلها والخروج بالنتائج وإصدار الأحكام حول هذه النتائج.

– تدريب الأفراد على التفكير العلمي من خلال تعزيز مفاهيم الإصغاء والموضوعية، وتوزيع الأدوار، والتشويق، وطرائق المُنافسة والحوار، وطرح الأسئلة المُثيرة، وإعطاء الأفراد الفرصة الكافية للتعبير عن الذات وعن الآراء الخاصة، وعلى سبل صياغة العبارات والألفاظ الدقيقة التي تدل على الموضوع بصورة مُباشرة.

– تُساعد على مُشاركة الأفراد في تخطيط الأنشطة والبرامج الإعلامية المُختلفة سواء بطريقة فردية أم بطريقة جماعية.

– توفير تقنيات مُتنوعة لمصادر التعلم الورقية والإلكترونية لمُساعدة الأفراد على الفهم والاستيعاب والتمكن والإبداع.

كما تسعى التربية الإعلامية لإنجاز وظائف مُتعددة، ومنها الوظيفة: الحضارية، التعليمية، الدينية، النفسية، الأخلاقية، ويُمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:



شكل (٤) وظائف التربية الإعلامية

ويُمكن تحديد وظائف التربية الإعلامية التي تُحقق أهدافها، والتي لا تخرُج عن مُهمتين رئيسيتين ترتبطان بواجبات المؤسسات التربوية والتعليمية، قد حددهما كل من محمد عبد الحميد (٢٠١٢، ١٢٤)، وسراج علي (٢٠١٢، ١٨-١٩)، فيما يلي.

– **المُهمة الأولى:** تتمثل في تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها والتي تجعل أفراد المُجتمع على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعملية الإعلامية وأطرافها، وأهدافها، وسياستها، ولغاتها وعلاقتها، وإنتاجها بصفة خاصة، وذلك عن طريق مُساعدة الجمهور في التعرف على وسائل الإعلام وخصائصها واستخداماتها، بالإضافة إلى وظائفها وأدوارها في المُجتمع.

– **المُهمة الثانية:** تعمل على تنمية التفكير الناقد لدى الصغار والكبار؛ بحيث يتمكن الفرد من امتلاك أدوات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وأدواتها في التأثير على المُتلقين، فالتربية الإعلامية نشاط اتصالي يُساعد على تجنب التأثيرات السلبية والضارة والإفادة من التأثيرات الإيجابية؛ أي التفرقة بين الإعلام الإيجابي والإعلام السلبي، وذلك عن طريق مُساعدة الجمهور في تنمية مهارة الوصول واختيار الرسائل الإعلامية المُناسبة، بالإضافة إلى مُساعدتهم على تكوين الحس الناقد لديهم، فيُصبح قادرًا على نقد ما يُقدم إليه من مضامين إعلامية.

فالتربية الإعلامية توفر للنشء والشباب القدرة على تحليل ونقد وتقويم وبناء الاتجاهات نحو الإعلام، وهذا يتحقق من خلال هدفين:

– **بناء الفكر الاتصالي لدى الفرد**، بالشكل الذي يجعله يقف على أولى مراحل تقييم العملية الاتصالية التي يُشارك فيها أو يُلاحظها من خلال الإعلام العام أو المدرسي.

– **بناء الفكر الناقد للعملية الإعلامية**، باعتباره القاعدة الأساسية للتعامل الايجابي مع وسائل الإعلام وما تُقدمه من مضامين، ومن خلال الفكر الناقد يُمكن امتلاك أدوات الانتقاء أو الاختيار، ثم الاستفادة الايجابية وتجنب التأثيرات السلبية لما تُقدمه وسائل الإعلام من مضامين، ومن خلال تأمل هذه الوظائف والتأمل يُمكن أن نلاحظ العلاقة الوثيقة بين التربية الإعلامية وبين الإصلاح التربوي، وأن الكثير من الأهداف التعليمية الحديثة ومتطلبات التطوير التربوي يَصعُب تطبيقها، مع إغفال الدور الحيوي للتربية الإعلامية.

٩. دوافع التربية الإعلامية:

حدد Buckingham (2001, 9-11) ثلاثة دوافع للتربية الإعلامية، وهي كالآتي:

– **دوافع ثقافية**؛ بمعنى تزويد وتحصين الجمهور بالثقافة الإعلامية والخبرات الاجتماعية التي تحميهم من الآثار السلبية والضارة لمضامين وسائل الإعلام.

– **دوافع أخلاقية**؛ ذلك لحماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية، فيما يتعلق بالمضامين الضارة كالعُنف التي تَنشُر القيم الهدامة للمُجتمع.

– **دوافع سياسية**؛ بمعنى أن أحد أهدف التربية الإعلامية هو نشر الديمُقراطية في التفكير وهذا يعني النشر الأيدلوجي للديمقراطية.

١٠. افتراضات التربية الإعلامية:

يُمكن تحديد أهم افتراضات التربية الإعلامية كما بينها إعلان جرنوالد (١٩٨٢، ٣-٤)، كما يأتي:

– ينبغي الاستهانة بدور الإعلام كعُنصر من عناصر الثقافة، وتأثيره في الهوية، ودوره في مُشاركة المواطنين بفاعلية في المُجتمع.

– التربية الإعلامية تُصبح أكثر تأثيرًا عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمون والمختصين في الإعلام وصناع القرار، وذلك لإيجاد أكبر قدر من الوعي الناقد لدى الأفراد.

– تقع على عاتق الأسرة والمدرسة مسئولية تعايش الأفراد مع عالم به صور وانطباعات ذهنية سمعية وبصرية شديدة القوة لوسائل الإعلام، وذلك يحتاج إلى شيءٍ من إعادة التقييم لأولويات التعليم، وهو ما يتطلب منهجًا وأسلوبًا مُتكاملاً لتدريس اللغة والاتصالات.

– على الأنظمة التعليمية والسياسية تشجيع المواطنين على الفهم الناقد للمضامين الإعلامية.

ويُضيف مؤتمر فينا ١٩٩٩م عددًا من الافتراضات، تتمثل في:

– التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع جميع وسائل الإعلام التي يُمكن تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات، ليتمكن أفراد المُجتمع من فهم وسائل الإعلام، وإكساب المهارات اللازمة لاستخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.

– التربية الإعلامية جزء من حق كل مواطن لضمان حُرية التعبير، والوصول للمعلومات، وإرساء قواعد الديمُقراطية المُستقرة.

ويُضيف مجيب عبد الله (٢٠١٣، ٦٦-٦٧) عددًا من الافتراضات الخاصة بالتربية الإعلامية ، تتمثل في:

– **الإيمان بتعاظم تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والمُجتمعات:** حيث أن تأثير وسائل الإعلام على حياتنا لم يعدْ محل نقاش، وفي المجال التربوي أصبح تأثير وسائل الإعلام يُزاحم بشدة تأثير المدرسة، وقد أحسن توضيح بعض هذا التأثير صاحب كتاب" ثورة الانفوميديا، الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك" حين قال" حتى أكثر التلاميذ حماسة واجتهادًا والذي ترعرع في كنف الدين وعلى درجة عالية من الثقافة، يحتاج إلى قدر من المُلاطفة والمُحايلة لكي يتناول كتابًا ويشرع في قراءته، بينما نجد الوالدين في حاجة إلى آله حديدة لإبعاد أولادهم عن شاشة التلفزيون وألعاب الفيديو" (فرانك كليش، ٢٠٠٠، ٤٦٣).

– **الإيمان بقُدرة التربية على استعادة محوريتها في صناعة الإنسان وبناء المُجتمع، وإعداد الجميع للتعامل الإيجابي مع جميع التطورات:** تقوم التربية الإعلامية بالترجمة العملية لهذا المبدأ من خلال تحرير الفرد من سيطرة الرسائل الإعلامية عليه ومنحه القُدرة على السيطرة عليها، والقُدرة على الاختيار الجيد للرسائل الإعلامية والتحليل الواعي لمضامينها.

– **الإيمان أن تنمية الحس النقدي لوسائل الإعلام و تمكين الأجيال من تحليل الرسائل الإعلامية وإنتاجها، واجب ديني و حق إنساني:** إذا كان الافتراض الأول قد أكد تعاظم الـدور التأثيري لوسائل الإعلام في صناعة حياتنا، فإن امتلاك الإنسان لمهارات الـوعي الناقـد لما تتضمنه هذه الرسائل هو السبيل الوحيد للمُحافظة على إنسانية الإنسان وحريته وحمايتـه مـن التأثيرات السلبية، وفي ذلك حماية لجميع الكليات الأساسية التي جاء الدين ليُحافظ عليهـا، مـن عقل ومال وعرض وغيرها، ولأن أمانة التكليف التي عرضها الله علـى السـموات والأرض وتحملها الإنسان قائمة على أساس حُرية الاختيار، فإن العمل على حماية هذا الحق من أوجـب الواجبات الدينية.

– **الإيمان بأن وظيفة التربية هي إعداد الطالب للحياة والتعلم المُسـتمر:** يسـتحيل أن تنجح التربية في إنجاز هذا الهدف في عصر الإعلام، إذا كانت التربيـة تفتقـد إلـى التربيـة الإعلامية للتعامل مع وسائل الإعلام.

١١. مُقومات التربية الإعلامية:

حددت إليزابيث ثومان (١٩٩٠) عدة مُقومات مطلوبة لتطوير التربية الإعلامية، وهي:

– وضع أُسس المواجهات العامة لمناهجها بواسطة السلطات التعليمية المُختصة.

– إعداد المُعلمين على المستوى الجامعي، وتأهيلهم لتعليم التربية الإعلامية؛ تلك التربية التي يجب دمجها وإدخالها في كل نواحي التعليم الرسمي وغير الرسمي.

– إعداد المُعلمين والموجهين التربويون والمشرفين الاجتماعيون، وتزويـدهم ببـرامج تعليمية، ودورات تدريبية في التربية الإعلامية؛ لكي يتمكنوا من إدخال النقد والوعي الإعلامي في عملهم.

– توفير كافة المصادر التربوية للتدريس، بما في ذلك الكُتـب، والمراجـع، وصـحف النشاط، والمواد المسموعة والمرئية ... ألخ.

١٢. مجالات التربية الإعلامية:

عند مراجعة الأدبيات والدراسات المُرتبطة بمجال التربية الإعلامية، يُلاحـظ أن جهـود الباحثتين الفلسطينيتين، ليلى البيطار، وعلياء العسالي (٢٠٠٩، ١٠)، فـي دراسـتهما" مفهـوم التربية الإعلامية في كُتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلـة الأساسـية فـي المنهـاج

الفلسطيني"، أهم الجهود العربية التي بُذلت في تحديد مجالات التربية الإعلامية. وقد استخدمتا الباحثتين في هذه الدراسة منهج تحليل المحتوى لموضوع التربية الإعلامية من حيث مصادر الإعلام ووظائفه. وصنفتا مجالات التربية الإعلامية في أربعة مجالات، توصلتا إليها من خلال أدبيات البحث، وتأكدتا من صلاحيتها وارتباطها بأهداف الدراسة بعد عرضها على عدة مُحكمين وإجازتها، وهي كما يلي:

– **المجال الأول- المجال المعرفي؛ يتضمن:**
- تنمية التفكير الإبداعي والناقد.
- تنمية مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المُشكلات والربط بين المُتغيرات.
- التعبئة لمواجهة الأحداث الجارية والطارئة.
- استيعاب مقتضيات العصر الحديث وآليات التفاعل مع العولمة.
- تثقيف الناشئة بسبل فهم الأمور وتقديرها.

– **المجال الثاني- المجال النفسي؛ يتضمن:**
- الكشف عن الميول والاهتمامات من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية.
- المُساهمة في تكوين نماذج قدوة حسنة.
- مُساعدة الفرد على مُعالجة المُشكلات النفسية والثقافية.
- مُساعدة الشباب في التصدي للغزو الثقافي.
- تعزيز القيم الإعلامية من الصدق والموضوعية وعدم التحيز وتغليب الصالح العام.

– **المجال الثالث- المجال السلوكي "الأدائي/ المهاري"؛ يتضمن:**
- تعزيز قُدرة الطالب لاستخدام وسائل الإعلام.
- مُساعدة الطالب على تحقيق مُتطلبات المواطنة السليمة.
- إكساب الطالب المهارات الاجتماعية والثقافية التي تُساعده على الاتصال الفعّال.
- تمكين الطالب من المهارات اللازمة لمواجهة المواقف.
- تنمية قُدرة الطالب على التعبير بأشكاله المُختلفة.

– **المجال الرابع- المجال الاجتماعي، ويتضمن:**
- مُساعدة الطالب على إدراكه لحقوقه وواجباته.

- مُساعدة الفرد على مُعالجة المشكلات الاجتماعية والمشاركة الفاعلة في حلها.
- تنمية وعي الطالب بثقافته المُجتمعية.
- تمكين الطالب من استيعاب الخصوصيات الثقافية وعلاقتها مع المُتغيرات الأخرى.
- مُساعدة الطالب على تكوين اتجاهات إيجابية نحو المُجتمع والأفراد والعمل.
- تعزيز قيمة الانتماء للوطن لدى الطالب.
- تكوين رأي عام مُتجانس قائم على مبدأ احترام التعددية والمصلحة العامة.

ويقترح مُجيب عبد الله (٢٠١٣) ثلاث مجالات أخرى بالإضافة إلى تلك المجالات، وهي:

- **المجال الخامس - المجال الوجداني:**

- من المُلاحظ تفاوت خبرات الناس في التعامل مع المضامين العاطفية في الرسائل الإعلامية، وتحرص بعض وسائل الإعلام على تضمين رسائل تحذيرية للأطفال من مُشاهدة بعض الصور المُرعبة مثل صور ضحايا التفجيرات أو ممارسات تعذيب وحشية أو بعض مقاطع العنف التي تبثها جماعات العنف المسلح، أو مناظر عاطفية أو جنسية.

وتؤكد الدراسات تفاوت خبرات الأطفال والكبار العاطفية أثناء التعرض لوسائل الإعلام، وبعض" الأطفال الذين يشاهدون أفلام رعب عنيفة يمرون بخبرة الخوف الشديدة والتي قد تلازمهم لمدة ساعات ويمكن أن تترك مخاوف عاطفية مُستمرة، ويمكن لردود الفعل العاطفية أن تكون إيجابية، كالإحساس بمدى عمق حزن الشخصية على فقدان شخص محبوب مما يتطلب درجة عالية من التربية الإعلامية في المجال العاطفي" (عبدالرحيم درويش، ٢٠٠٦، ١٩٢). وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى خطورة تعرض الأطفال دون سن السابعة لبعض المشاهد، وتأثيرها على شخصيته على المدى الطويل.

- **المجال السادس - المجال الجمالي:**

- يهتم هذا المجال بتنمية قُدرة المُتعلم على الاستمتاع الفني بالرسالة الإعلامية وتقدير مضمونها، وطريقة تقديمها وتركيبها، والبعض يتبادر إلى أذهانهم أن تنمية الحس النقدي للرسائل الإعلامي يُقلص من الاستمتاع بالبرامج الإعلامية، والأصل أن التفسير النقدي يُساهم بزيادة الاستمتاع بالبرامج الإعلامية الجيدة كالمقالات المُتعمقة والبرامج الإخبارية المُفيدة والأفلام الراقية.

والتربية الإعلامية لا تعني خلق حالة من الشك والارتياب في جميع ما تُقدمه وسائل الإعلام، ولا تتوجه إلى التأثيرات الضارة فقط، واقتصار النظر على جوانب الفساد والخلل الثقافي، "فالدراسة النقدية للشعر والقصص، تُساعد على زيادة الاستمتاع بالنصوص الجيدة وتقديرها ونفس الشيء يُمكن أن يحدث مع النصوص الإعلامية، حيث يكون الطفل قادرًا على الاستمتاع بعروض وسائل الإعلام بدرجات مُختلفة، ومشاركًا نشطًا في عملية صُنع المعنى" (سماح الدسوقي، ٢٠٠٨، ٨٠). وهذا المجال يتوافق مع المداخل الفلسفية لدراسة التربية الإعلامية.

- **المجال السابع - المجال الأخلاقي:**

▪ يعي هذا المجال دراسة القيم والأخلاق في الرسالة الإعلامية وتنمية الحس الأخلاقي في نقد القيم التي تُحاول الرسالة الإعلامية الإعلاء من شأنها، رغم تناقضها مع قيمنا الدينية والثقافية، وقد تتناقض مع جميع القيم الإنسانية، فقد تُصور بعض البرامج اللجوء إلى القوة والعنف بأنه الخيار الوحيد للوصول إلى ما نُريد، وتقوم برامج أخرى بتضخيم قيمة المال في الحياة، وتعمق قيم النفعية المُجردة مقابل التهوين من القيمة الأخلاقية، وهناك الكثير من القيم الأخلاقية التي تُنتهك في الإعلام السياسي، فتتبدى كثيرًا قيم النفاق والكذب والمُحاباة لكبار الزعماء السياسيين ورجال المال والأعمال، أو من يقوم بتمويل القناة، وتُقدم بعض القنوات الإخبارية مساحة كبيرة للأخبار العادية للشخصيات السياسية كتلقي التهاني والمباركات ونحوها وتتصدر هذه الأخبار مُقدمات الأخبار وواجهات الصحف، على حساب أخبار حيوية وحسّاسة على الصعيد الوطني والإنساني.

ومن أهم واجبات التربية الإعلامية الأخلاقية الحرة، التأسيس لمعايير أخلاقية في تقييم هذه الرسائل والحكم عليها، وسيؤدي نجاح التربية الإعلامية في هذه الوظيفة إلى تشكيل جماعات ضغط تساعد على تعديل السياسات الإعلامية.

١٣. الموجهات العملية للتربية الإعلامية:

يجب على التربية بوجه عام وعلى التربية الإعلامية بوجه خاص التوجه نحو الطرق العملية أكثر من أي وقت مضى؛ ذلك من خلال تعليمها التعامل مع الوقت فهمًا وتحليلاً، وحرصها على إكساب المهارات وطُرق حل المُشكلات، بالإضافة إلى تدريب الذهن على إيجاد

الحلول المُمكنة، واختيار أفضلها. وقد تضمنت توصيات ندوة أشبيليا (٢٠٠٢) على بعض الموجهات العملية لإرساء مفهوم التربية الإعلامية، مُتمثله فيما يلي:

- ربط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم بشأن الإعلام، وبواسطة وسائله.
- تأكيد التربية الإعلامية على التعامل الواعي مع وسائل الإعلام والتحليل النقدي لمضامينها والإبداعي في إنتاجها بمسئولية.
- تفعيل التربية الإعلامية وإحداثها عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية.
- مراعاة المسئولية الاجتماعية بأبعادها المُختلفة، والتي تضم: الذات، والمُجتمع، والدينية والأخلاقية، والوطنية، والإعلامية على نحو متوازن.
- إعطاء الأولوية في تعليم التربية الإعلامية للنشء والشباب والتي تمتد اعمارهم ما بين (١٢ : ١٨) عام، كما ينبغي الأخذ في الاعتبار الأطفال والتي تمتد أعمارهم ما بين (٥ : ١٢) عام.

كما يُضيف إعلان جرانوالد (١٩٨٢) عدة موجهات عملية لإرساء مفهوم التربية الإعلامية، مُتمثله فيما يلي:

- التأكيد على أهمية البرامج المُتكاملة للتربية الإعلامية من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى مستوى المرحلة الجامعية، بالإضافة إلى نُظم تعليم الكبار، بغية تطوير المعارف والمهارات والسلوكيات التي تُدعم الوعي الناقد لدى مُستخدمي وسائل الإعلام، ولابد أن نضيف إلى هذه الفئات، كل من: العاملين بوسائل الإعلام، والقائمين على العملية التعليمية، وذلك لرفع كفاءتهم العملية، وذلك من خلال التأكيد على ضرورة وضع برامج ودورات تدريبية مُتطورة للمُعلمين والعاملين في المجال التربوي، لزيادة معارفهم وفهمهم للإعلام، وتدريبهم على الاستفادة من معارف المُتعلمين غير المُنظمة في مجال الإعلام.
- أن تشتمل البرامج على تحليل ونقد المضامين الإعلامية، وكيفية الاستخدام الواعي للوسائل الإعلامية، والتعبير الإبداعي المسئول من خلالها، وتشارك المواطنين في القنوات الإعلامية المُتاحة.
- تشجيع البحوث والأنشطة لتطوير التربية الإعلامية في مجالات علم النفس، وعلم الاجتماع، وعلوم الاتصالات، وعلم الإدارة، وغيرها من العلوم.

١٤. وسائل الإعلام كمصدر للتربية الإعلامية:

لا تختلف مصادر التربية الإعلامية عن مصادر التربية بشكل عام، فوسائل الإعلام تُعد من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته؛ بل أصبحت هذه الوسائل مصدرًا أساسيًا للثقافة العامة لكافة فئات المُجتمع، حيث امتد تأثيرها إلى مُعظم أفراد المُجتمع من خلال ما تُقدمه من محتوى يحمل مضامين مُتعددة تلقي قبولاً لدى هذه الفئات، فبين برامج موجهة للأطفال والأسرة إلى برامج تُعني بالشأن السياسي والاقتصادي والرياضي والفني، تتوزع المادة الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية بكل ما تحمله من مضامين، بل بدأت بعض وسائل الإعلام في التحول إلى إعلام مُتخصص في مجال مُحدد، فهناك قنوات فضائية مُخصصة للأطفال مثال على ذلك قناة "MBC3"، وأخرى للأسرة، وثالثة للصحة كقناة الصحة والجمال ورابعة للبيئة، كما اتجهت قنوات أخرى للاهتمام بالثقافة سواء كان ذلك بتخصيص برامج ثقافية على خارطتها الإعلامية أو أن يكون محتوى القناة الفضائية ثقافيًا بحتًا، وما يقال في القنوات الفضائية يُمكن أن يمتد إلى الإذاعة والصحافة، أما الإعلام التقني كشبكة الإنترنت والوسائط التقنية فقد تجاوز جميع الأدوار ليُصبح إحدى مصادر التربية الإعلامية المُهمة بما يتميز به من تجاوز كافة العوائق سواء كان ذلك في الوقت الذي تُبث فيه المادة الإعلامية أو مجالها الجغرافي أو مجالات رقابتها ومنعها (مكتب التربية العربي لدول الخليج، ٢٠١٣، ٦٩-٧٠).

فوسائل الإعلام التقنية المُعاصرة تُشكل أهم التحديات أمام التربية الإعلامية، فهي بين استجابة لمُتطلبات هذه الوسائل والقدرة على الاستفادة منها، وبين الحد من بعض آثارها السلبية التي لم تَعُد خافية على أحد، فأصبحت وسائل الإعلام جزءً لا يتجزأ من حياة الفرد، فهي تُحيط بجيمع حواسة على مدار الساعة، من خلال كل من: المنزل، المدرسة، الجامعة، وسائل المواصلات، الطرق .... ألخ.

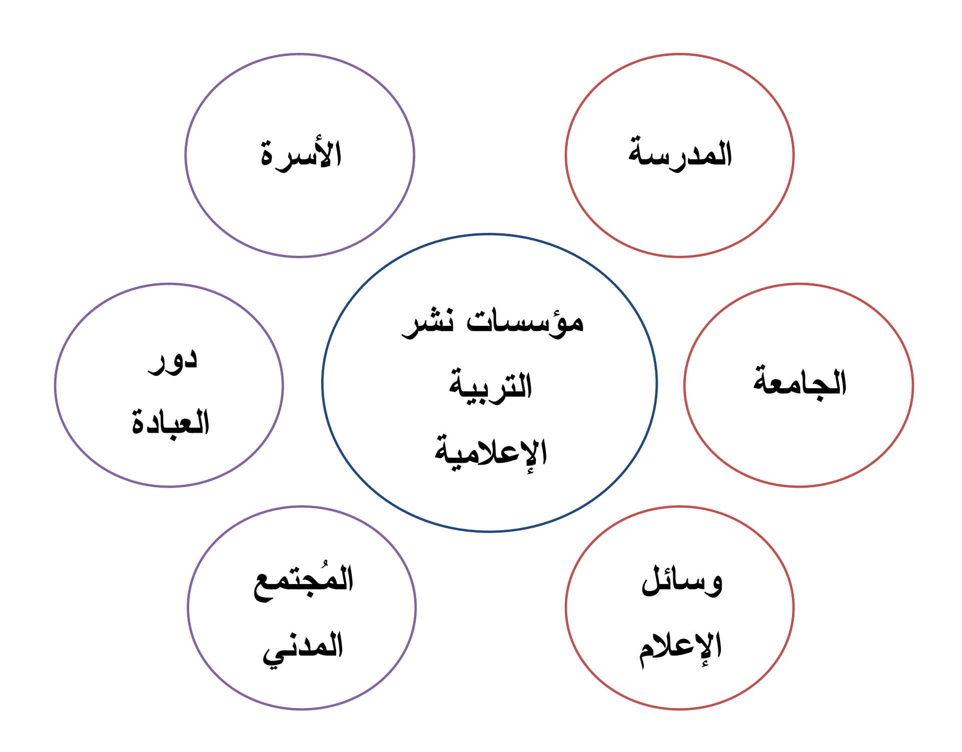
فالإذاعة والتلفزيون والصحف المطبوعة تظهر بكثافة ويقضي الفرد وقت ليس بالقليل أمام تلك الوسائل، أما مُعظم الوقت فينقضي أمام تطبيقات الإعلام الجديد وادواته، فالصحافة الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية والإذاعة الرقمية أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة كل فرد، فالهاتف النقال والاجهزة اللوحية والكمبيوتر الشخصي أصبحت تحمل بداخلها عالم إعلامي مُتنقل في أي مكان وأي وقت.

وهناك مؤسسات عدة لنشر التربية الإعلامية، يُمكن تقسيمها إلى قسمين:

- **القسم الأول-** المؤسسات الرسمية؛ ومنها: المؤسسات التربوية (التربية والتعليم، التعليم العالي) والمؤسسات الإعلامية.

- **القسم الثاني-** المؤسسات غير الرسمية؛ ومنها: الأسرة، دور العبادة، منظمات المُجتمع المدني.

والشكل التالي يوضح مؤسسات نشر التربية الإعلامية:



شكل (٥) مؤسسات نشر المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية

١٥. خصائص التربية الإعلامية:

تحتاج التربية الإعلامية إلى الاتصاف، والالتزام بمجموعة من الخصائص التي تُعين الفرد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، وقد حددت منال أبو الحسن (٢٠٠٤، ٢٩٤-٣٠٣) بعض الخصائص، وهي كما يلي:

- **خاصية العلم:** وهي تعني أن يكون الأفراد على دراية بحقيقة الوسائل الإعلامية من حيث: خصائصها، مميزاتها، عيوبها، كيفية استخدامها، كيفية الاستفادة منها، وتدارك مساوئها.

كما تعني العلم بدوافع استخدامها والاشباعات التي تُحققها للمُستخدمين، ومثل هـذه الخاصـية تحتاج إلى جُهد ووقت؛ الأمر الذي يصعُب على الكثير الخوض فيه فيلجأ الأفـراد عـادة إلـى استخدام الوسائل الإعلامية دون أن يفكروا أو ينظروا فيما وراء هذا الاستخدام مما يؤدي إلـى الوقوع في سلبيات الاستخدام، وعدم الاستفادة من إمكانات الوسائل الإعلامية، ولـذلك فالـذين يعلمون لا يستوون مع غيرهم.

– **خاصية الانتقاء:** تعني خاصية الانتقاء مُساعدة الأفراد في حُسـن اختيـار الوسـيلة المُناسبة، والتي تحُقق لهم أكثر من فائدة مادية ومعنوية، وكذلك حَسن اختيـار الشـكل الفنـي المُناسب، والمضمون الذي يُحقق لهم أفضل إشباع مُمكن. **وتتضح أهمية هذه الخاصـية فيمـا يلي:**

- تعدد وتطور وسائل الإعلام، واختلاف القدرة المادية للأفراد، فقد تجد الفرد المتوسـط والأقل من المتوسط صعوبة في استخدام المحطات الفضائية التليفزيونية.
- ويلاحظ أن هذه الخاصية في جزئها الثاني والمُتمثلة في القُـدرة الماديـة، أصـبحت تتلاشى كلما تقدم الزمن فتطورت التكنولوجيا وتعددت وأصبحت مُتاحة للجميع.
- خطورة التعرُض لوسائل إعلام معينة، ومضمون معين بشكل مُكثف في ظـل عـدم توفر القيم الأخلاقية السليمة والرقابة على الإنتاج، التي تُراعي قيم المُجتمع والقيم الدينيـة، والتي تهدف إلى الإصلاح وليس للربح والشهرة والمركز.
- تبدو أهمية الانتقاء لما يُمكن أن تؤثر فيه كمية المُشاهدة أو حجمها على جوانب أخرى لحياة النشء والشباب، كهبوط المستوى التحصيلي، والقلق، وضياع الفـروض والواجبـات الأساسية.

– **خاصية التعديل والتصحيح:** يُقصد بها تعديل وتصحيح الصورة الذهنية، التي تكونهـا وسائل الإعلام لدى الجمهور، وتتكون هذه الصورة الذهنية نتيجة مُلاحظة الوقـائع والنمـاذج وأشكال السلوك التي تعرضها الوسائل الإعلامية، فالتعلم بالملاحظة أو النمذجـة "Modeling or Observational Learning" هو تعلُم الاستجابات أو الأنماط السلوكية الجديدة عن طريق مُلاحظة سلوك الآخرين أو من خلال مُلاحظة النماذج ويسمى في هذه الحالة التعلُم القائم علـى الاقتداء بالنموذج. **وتتضح أهمية هذه الخاصية فيما يلي:**

- استمرار تعرُض الإنسان لوسائل الإعلام ينتج عنه أفكار جديدة وقيم مُختلفة وأسلوب في الحياة غير الذي اعتاده؛ يؤدي به إلى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم.
- تركيز وسائل الإعلام في بعض الدول -النامية خاصةً- على بعض المهن، والشخصيات، والقضايا التي تخدم استقرار الوضع السياسي، مما يؤدي إلى تشويه الصورة المُقدمة عبر وسائل الإعلام المُعبرة عن فئات معينة من المُجتمع، وتمييز مستويات اقتصادية واجتماعية تُعبر عن جُزء صغير من المُجتمع.
- تشويه صورة بعض المهن والقيم الدينية والاجتماعية وتكوين نماذج غير صالحة للتطبيق مما يُسبب أنواعًا من الضغوط النفسية لجمهور الوسيلة، لمحاولتهم اقتداء نماذج غير موجودة في الواقع.
- تدعيم صورة القيم السلبية في المُجتمع، من خلال عرض أصحاب الجرائم والرذائل في صورة حسنة، وتوضيح وعرض وسائل مُتعددة لتدعيم وتفخيم صورة الرذيلة.
- إيجاد صور جديدة لنماذج جديدة، وطمث صور قديمة في الواقع الاجتماعي، وتؤدي هذه العملية إلى عدم تقبل النشء والشباب للصور التي تحمل قدوة لأجدادهم.
- توسيع نطاق المُشاركة في استخدام وسائل الإعلام؛ يُساعد على تكوين الحصانة ضد عملية غرس الأفكار الشاذة.
- فتح آفاق جديدة لنماذج واقعية ملموسة للطفل يُمكن أن يتعلم منها أو يقتدي بها.
- عدم تركيز التعرض لشكل مُعين من الأشكال الفنية الإعلامية وبشكل مُتكرر، فهذا من شأنه زيادة درجة التأثير على تكوين قيم مُشابهة لما تعرضه وسائل الإعلام.
- تنمية إدراك الأفراد للمفاهيم بما يتفق مع ثقافتهم وقيمهم الدينية الأصيلة، وتصحيح المفاهيم؛ خاصةً ما يصدُر من المضامين الإعلامية الأجنبية، فاختلاف الثقافات يعني اختلاف المفاهيم.
- ضبط استخدام الأفراد لوسائل الإعلام؛ بمعنى الاستخدام المُنظم والواعي.

– **خاصية التناسب:** يُقصد بها استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، التي تتفق وتتلاءم مع: السن، النوع، الهدف من الاستخدام، القيم، الثقافة، الاتجاهات، الإمكانيات. **وتتضح أهمية هذه الخاصية فيما يلي:**

- الاستفادة من قُدرات النشء والشباب العقلية وإمكانياتهم، فتعرض النشء والشباب لمضامين ووسائل إعلامية أقل من قُدرتهم العقلية ضياع لنعمة وثروة العقل التي أنعمها الله علينا.
- اختيار القوالب الفنية التي تتناسب مع عمر الأفراد خاصة النشء والمقبلون عليها أكثر من غيرها، ومُحاولة الاستفادة من التعرض لها أو استخدامها.
- يُساعد تحديد دوافع الاستخدام للوسائل من تحقيق الأهداف التي يسعى إليها المُستخدم، ومن ثم تحقيق التناسب بين الأهداف والوسائل.
- تحقيق التناسب بين السن أو المرحلة العُمرية وعادات أو أنماط الاستخدام بما يُقلل من سلبيات الوسيلة أو سلبيات الاستخدام.
- تحقيق التناسب بين استخدام الأفراد للوسيلة والاتجاهات والقيم التي يجب أن يكتسبوها.
- تحقيق التناسب فيما بين السن والمرحلة العُمرية ومتطلباتها وحاجاتها، والتوقيت لاستخدام الوسائل الإعلامية.
- أهمية تحقيق التناسب بين المضمون الإعلامي، وثقافة الأفراد وإطارهم المعرفي والاجتماعي.

– **خاصية التوازن:** يُقصد بها استخدام الوسائل الإعلامية التي تحقق التوازن النفسي أو الوجداني والمعرفي والسلوكي للأفراد باتفاقها مع القيم والإطار المعرفي والسلوكي لهم. **وتتضح أهمية هذه الخاصية فيما يلي:**

- استخدام وسائل الإعلام التي تتناسق وتتفق مع قيم الأفراد يؤدي إلى زيادة الدوافع للاستخدام لوسيلة مُعينة وهي الأكثر اتساقًا.
- تُساعد هذه الخاصية على تنمية إدراك الأفراد، وتعديل اتجاهاتهم، وتقوية قيمهم بزيادة التعرُض للوسائل الإعلامية التي تُساعدهم على ذلك بتوفر الدافع لتحقيق التوازن والتوافق.
- تُساعد خاصية التوازن على تكوين حاجز واقٍ للقيم السلبية أو الاتجاهات الشاذة، والتي يُمكن أن تُغير من اتجاهات الأفراد الإيجابية نحو القضايا المُختلفة.
- تؤدي إلى حُسن اختيار الوسائل، وتنمية القُدرة على الانتقاء من الكم الهائل للمعلومات ما هو أفضل وأصلح وأكثر إشباعًا.

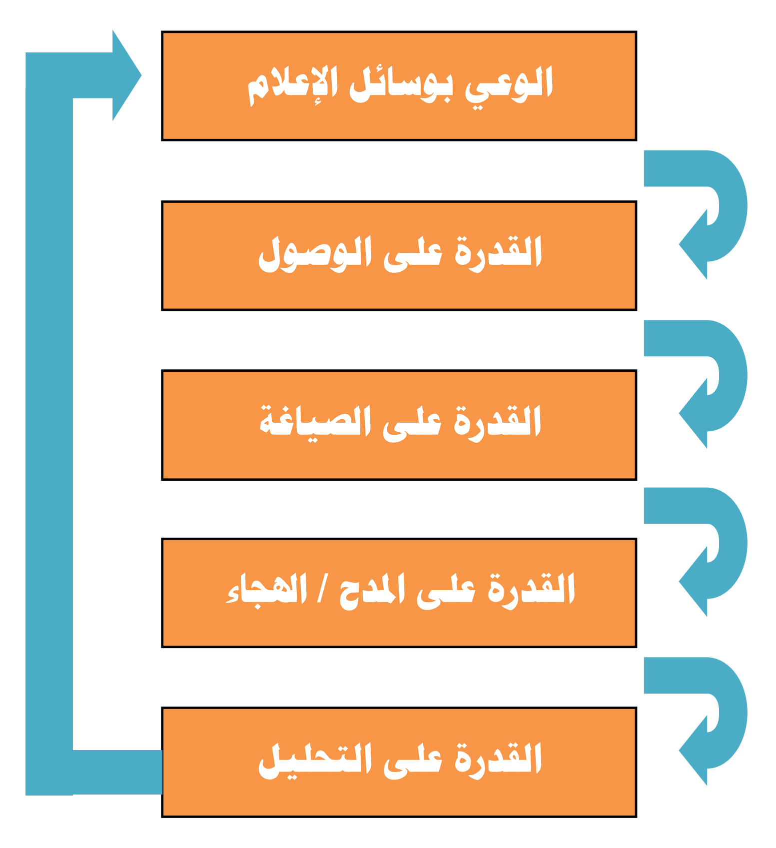
- تُساعد الأفراد على تكوين صور أكثر اتساقًا وواقعية لما تعرضه وسائل الإعلام من قضايا أو أفكار أو شخصيات.
- تنمية القُدرة على المُشاركة الاجتماعية الإيجابية بتوفر كم من المعلومات المُتسقة مع القيم البيئية والاجتماعية والدينية.

– **خاصية التكامل:** يُقصد بها تحقيق التكامل في استخدام وسائل الإعلام، بحيث يستطيع الأفراد الاستفادة من وظائف الوسائل وإمكانياتها. **وتتضح أهمية هذه الخاصية فيما يلي:**

- استكمال المعلومات وتفسيرها يحتاج إلى مزيد من استخدام وسائل الإعلام القادرة على تعميق الخبر وتوضيحه.
- الاعتماد على وسيلة إعلامية مُعينة قد يؤثر على تكوين اتجاهات مُعينة تخدم فئة معينة من المُجتمع أو سياسة الدولة دون النظر إلى الاتجاهات الأخرى.
- مُساعدة الأبناء في ترتيب أولوياتهم واهتماماتهم وأفكارهم بشكل مُعين مع التقليل من تأثير وسيلة مُعينة في ترتيب هذه الأولويات.
- التقليل من التأثيرات الوجدانية لوسائل مُعينة، وقد يؤدي الفتور العاطفي الناتج عن كثرة عرض مظاهر العنف والقتل والجرائم إلى نقص الرغبة في مُساعدة الآخرين.
- تُساعد خاصية التكامل على إحداث سلوكيات فاعلة ناتجة عن تكوين نظرة مُتكاملة عن الأحداث والتفاعل معها.

١٦. كفايات التربية الإعلامية:

تعني امتلاك الفرد لمجموعة من مهارات التفكير التي تتصل مُباشرة بتعامله مع وسائل الإعلام المُختلفة، والتي تتكامل مع معارفه عن هذه الوسائل، واتجاهاته نحوها، وتبرز قُدرة الفرد على إعمال العقل فيما يتلقاه عبر وسائل الإعلام (Swan, 1999, 10). ويُمكن تنمية كفايات التربية الإعلامية (Devereaux, n.d.)، من خلال الشكل التالي:



شكل (٦) نموذج تنمية كفايات التربية الإعلامية

ويُمكن توضيح مكونات الشكل السابق فيما يلي:

– **الوعي بوسائل الإعلام**؛ حيث يًصبح الفرد قادرًا على أن يتعرف على قُدرة وسائل الإعلام في حياة الأفراد.

– **القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام**؛ وفيه يًصبح الفرد قادرًا على الوصول إلى وسائل الإعلام المُختلفة، من اجل نشر الرسائل الخاصة به، وهو ما يؤدي لزيادة الوعي بوسائل الإعلام وأسلوب انتشارها مما يودي لقدرة أعمق على التحليل والفهم.

– **القدرة على صياغة الرسائل الإعلامية (المدافعة)**؛ حيث يتعلم الفرد كيف يتعامل مع وسائل الإعلام وكيفية استخدامها، وكيفية تشارك الرسائل الهادفة والتي غالبًا ما يتم تجاهلها من قبل المُجتمع.

– **القدرة على المدح أو الهجاء (التلقي النشط)**؛ وفيه يُصبح الفرد قادرًا على تكوين الآراء الخاصة به فيما يتعلق بالتأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن وسائل الإعلام، وقد يتمثل ذلك في: صورة تأييد لوسائل الإعلام التي تُقدم مضاميين هادفة، أو الاعتراض على

وسائل الإعلام التي تُقدم مضاميين غير هادفة، والقدرة على إعداد حملات للتربيـــة الإعلاميـــة تتعلق بمضامين وسائل الإعلام المُختلفة، والقدرة على تغيير الرسائل الإعلامية غير المرغوبة.

– **القدرة على المدح التحليل للرسائل الإعلامية؛** وفيه يُصبح الفرد قادرًا على مُناقشـــة الأنماط المُختلفة والمضامين المُتعددة للرسائل الإعلامية، بالإضافة إلى الـــوعي بنيـــة وســـائل الإعلام لإقناع المُتلقي.

ويُمكن لعملية إكساب كفايات التربية الإعلامية أن تسُهم في تحقيق الـــوعي بالقضـــايا المُجتمعية، ومنها: الوعي بحقوق الإنسان وما تحويه من حقوق سياسية واجتماعية واقتصادية، الوعي بالشورى، الوعي بالتربية من أجل المواطنة، الوعي بالقانون الدولي الإنساني، الـــوعي القانوني، الوعيبحُسن استخدام الموارد وتنميتها، الوعي بتاريخ البلاد والأمم والنظام السياســـي، الوعي السياحس، الوعي بقضية العمل التطوعي، الوعي بقضـــية التســـامح، الـــوعي البيئـــي وتحقيقة، الوعي المروري، تحقيق احترام العمل وجودة الإنتاج، تحقيق ترشيد الاستهلاك.

الفصل الرابع

البناء التكاملي للتربية الإعلامية

البناء المعرفي المتُنامي للتربية الإعلامية

– أولاً- المعلومات العامة المُرتبطة بسياق الرسالة الإعلامية

– ثانيًا- المعلومات التفصيلية المُرتبطة بالرسالة الإعلامية ذاتها

البناء المهاري للتربية الإعلامية

– السلوك الواعي إعلاميًا

– قائمة مهارات التربية الإعلامية

إستراتيجيات التربية الإعلامية

المداخل الفلسفية لدراسة التربية الإعلامية

– المدخل الأول- مدخل اعتدال التأثير

– المدخل الثاني- مدخل الدراسات الثقافية

اتجاهات تعليم التربية الإعلامية

المُناظرات السبع للتربية الإعلامية

نماذج التربية الإعلامية

– أولاً- النماذج الأساسية

– ثانيًا- النماذج الفرعية

المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية

معوقات تطبيق التربية الإعلامية

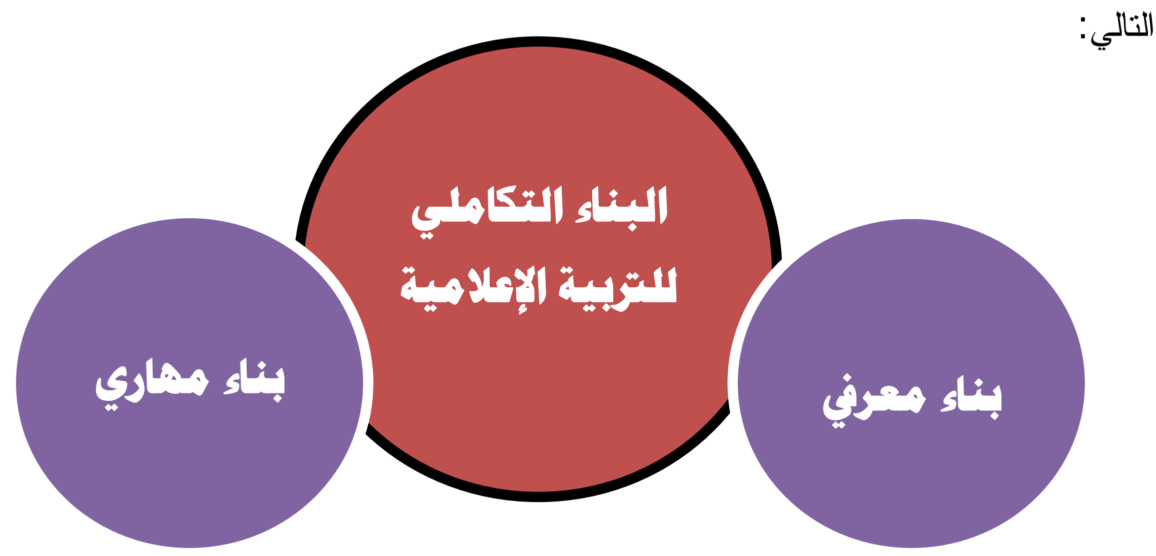
البناء التكاملي للتربية الإعلامية

بعد استعراض أهمية التربية الإعلامية وأهدافها، بالإضافة إلى الوظائف التي تُحقق هذه الأهداف التي يُمكن تلخيصها في: "تكوين الوعي النقدي تجاه ما تنشُره وسائل الإعلام وتكوين الحُكم الذاتي المُستقل تجاه الرسائل الإعلامية". يتبين أن هُناك سؤال يطرح نفسه، وهو: **ما مسئولية الجمهور عند تعامله مع وسائل الإعلام؟**. والإجابة تكمُن في تصنيف هبه القرشي (٢٠٠٧، ١١) لتفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام إلى: **تفاعل إيجابي، وآخر سلبي.**

التفاعلي الإيجابي؛ حيثُ يتعامل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية بوعي، ويكون قادرًا على إدراك وتحليل ونقد المضامين الإعلامية، بالإضافة إلى أن يُمارس الجمهور دورًا في تعديل أو صناعة المضامين الإعلامية، ويستطيع اتخاذ ردود أفعال قوية ضد المؤسسة الإعلامية التي تبث رسائل تعارُض مصالحة أو قيمه.

تفاعل سلبي؛ حيثُ يخضع الجمهور لتأثير الوسيلة الإعلامية بشكل سلبي بدون ممارسة دورًا ايجابيًا.

يتضح مما سبق أن هُناك بناء تكامُلي للتربية الإعلامية، يُمكن توضيحه خلال الشكل التالي:



شكل (٧) البناء التكاملي للتربية الإعلامية

يتضح مما سبق أن البناء التكامُلي للتربية الإعلامية يتكون من شقين، **الأول**- البناء المعرفي المُتنامي، و**الثاني**- البناء المهاري، وسوف نتناول كل منهما بشئ من التفصيل فيما يلي:

١. البناء المعرفي المتُنامي للتربية الإعلامية:

استكمالاً للخطوات السابقة واعتمادًا على مُراجعة الأدبيات والدراسات المُرتبطة التي تتفق في إطارها العام على البناء المعرفي للتربية الإعلامية، ومنها: (Fedorov, 2001)، (Silverblatt, 2001)، (فهد الشميري، ٢٠١٠)، (سماح الدسوقي، ٢٠١٠)، (أحمد جمال، ٢٠١٥)، فإذا كانت التربية الإعلامية تسعى لتمكين الفرد من تكوين منظور إعلامي يتعرض ويفسر من خلاله المضامين الإعلامية، ذلك المنظور الذى ينشأ مما يكونه الفرد من بناءات معرفية. فالرسالة الإعلامية مثل كل الأشياء لها العديد من الجوانب التي لابد من الإلمام بها ومعرفتها حتى يُمكن تكوين منظور منطقي وموضوعي لها؛ أي رؤية أكثر فهمًا وعمقًا، بالتالي فإن امتلاك منظور جديد للإعلام لابد أن يقوم على معرفة قوية ومتنوعة بدرجة كبيرة.

من هنا تتبين حاجة التربية الإعلامية إلى معلومات عن العملية الإعلامية بجميع جوانبها وعن العالم الواقعي بكل حقائقه (سماح الدسوقي، ٢٠١٠، ١٧٠)، تلك المعلومات التى تقوم عليها عملية التعليم والتعلُم الإعلامي؛ فعبر طرق عديدة يمتلك الفرد وينمي تدريجيًا المعرفة التي تُصبح أساسات في ضوئها يستقبل ما تُقدمه الرسائل الإعلامية من معلومات عبر مهارات التربية الإعلامية ليُكون منظوره عنها، ويكتسب المزيد من البناءات المعرفية.

فالمعلومات تُمثل المكون الأول للتربية الإعلامية، وتختلف من حيث درجة عُمقها وشموليتها وقيمتها، وبقدر هذه الدرجة يتحدد مبدئيًا مستوى تعلُم الفرد إعلاميًا. وتُعمق المعلومات هو ما تسعى إلية التربية الإعلامية لأن تُمكن الفرد من الوصول إليها وامتلاكها هو ما يتم بناؤه كمُتعلم إعلاميًا، حيث المعلومات هى من تفتح الباب للتعامل الإيجابي مع الرسالة الإعلامية، وحيث البدء في البحث لاستجلاء هذه المعلومات في الرسالة الإعلامية، فكُلما تعمقت المعلومات زادت إمكانية رؤية وفهم الرسالة بوضوح، والذهاب خلف الأشياء الظاهرة في الرسالة الإعلامية.

بدايةً يجب التأكيد على أن ما تتطلبه التربية الإعلامية من معرفة عميقة وواسعة شرط ومكون لا يُمكن الإخلال به؛ لذلك تتم على عدة مُستويات تتحدد وفقًا لأهداف المرحلة العُمرية والفئة المُستهدفة، وهو ما يظهر في تصميم مناهج وبرامج التربية الإعلامية المُختلفة. بمعنى آخر فالتربية الإعلامية تتطلب أساسًا معرفيًا يتلاءم مع مُتطلبات وطبيعة البيئة الإعلامية

الجديدة، وإعدادها بصورة تربوية مُناسبة. وتم تحديد عناصر البناء المعرفي المُتنـــامي للتربيـــة الإعلامية، كما يلي:

- **المعلومات العامة المُرتبطة بسياق الرسالة الإعلامية.**
- **المعلومات التفصيلية المُرتبطة بالرسالة الإعلامية.**

وهناك عدة معايير يجب مراعاتها عند تحديد البناء المعرفي المُتنامي للتربيـــة الإعلاميـــة، وهي:

- مُراعاة تخصُص المُتعلم.
- تجهيز البناء المعرفي المُتنامي للتربية الإعلامية طبقًا لإستراتيجية التعلُم الفردي، مـــع مراعاة الفروق الفردية وخصائص المُتعلمين والمستوى المعرفي والمهاري لهم.
- أن يتسم البناء المعرفي المُتنامي للتربية الإعلامية بالحداثة وأن تستوعب التطـــورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال.
- مُراعاة حاجات ومتطلبات المُتعلمين من مهارات التعامل الواعي مع وسائل الإعلام.
- مُراعاة الدقة العلمية والسلامة اللغوية للبناء المعرفي المُتنامي للتربية الإعلامية.

وفيما يلي شرح لعناصر البناء المعرفي المُتنامي للتربية الإعلامية:

– أولاً- المعلومات العامة المُرتبطة بسياق الرسالة الإعلامية:

هى المعلومات الأساسية العامة التي تتصل بالإعلام بكل جوانبه وعناصره، ومُختلـــف القضايا والظروف المُجتمعية والعالمية، كما تُشكل بناءً أساسيًا يتم في ضوئه وعليـــة اشـــتقاق الشق الثاني من المعلومات. وعلى ذلك يتسع ليشمل العديد مـــن المعلومـــات الرئيســـية حـــول الموضوعات التالية:

- **وسائل الإعلام والمُجتمع:** حيث تدور المعلومات في هذا الموضـــوع عـــن وســـائل الإعلام الجماهيرية من حيث تطوراتها وأنواعها وخصائصها وأدوارها ووظائفها مع الأخذ فى الاعتبار تأثير التطورات التكنولوجية والثقافة الإلكترونية وما أضافته لوسائل الإعلام من فُرص وتحديات، أيضًا المعلومات حول علاقة الإعلام من فُرص وتحديات، والمعلومات حول علاقـــة الإعلام بالمُجتمع ومؤسساته وأفراده، وعلاقة النظام الإعلامي بالنُظم الأخرى فـــي المُجتمـــع،

وذلك فيما يتعلق بالمُجتمع القومي العالمي مع ربط التطور الإعلامي بالتطورات التي تشهدها المجالات الإنسانية الأخرى، بالتالي التطرق لفهم النظام الإعلامي الدولي.

– **المحتوى الإعلامي:** التربية الإعلامية تتطلب بناءات معرفية عن المحتوى الإعلامي بصورة عامة من حيث أنواعه، منها: أخبار ودراما وإعلانات وأغاني ومنوعات وتحقيقات، وأشكاله من محتوى تلفزيوني وإذاعي وصحفي حيث تُعرف خصائص وسمات كل نوع وشكل، أيضًا المعرفة بقواعد الرسالة الإعلامية المُنظمة لها والتي يتم الإنتاج على أساسها وفقًا لكل شكل ونوع، كما يجب إلقاء الضوء على أخلاقيات ومعايير العمل الإعلامي، وما يحكمه من حقوق وواجبات في ضوء القوانين والمواثيق المُنظمة له، وهو ما يجب أن يُعرفه الطالب ليُطبقه في تقويم الرسائل وفي إنتاج رسائلُه الخاصة.

– **صناعة الإعلام:** هُنا تدور البناءات المعرفية حول تطورات وسائل الإعلام والظروف التي معها تحول الإعلام إلى صناعة، والأساس الاقتصادي للإعلام محليًا وعالميًا، ومعرفة السيقات الهيكلية للصناعات الإعلامية من نماذج الملكية الخاصة والنظام الحكومي حيثُ معرفة من يملُك وسائل الإعلام بأنواعها التقليدية والجديدة، ومن يُسيطر ويتحكم في الإعلام وذلك على المستوى القومي والعالمي، ومعرفة أرباح هذه الصناعات الإعلامية، والأهداف التى تسعى إلى تحقيقها، وتأثيرات الجانب الاقتصادي بكل جوانبه على العملية الإعلامية والمحتوى الإعلامي.

– **تأثيرات الإعلام:** هنا لابد من التطرق لهذا الموضوع من منظور واسع يشمل معلومات حول تأثيرات الإعلام بتطوراته التكنولوجية الهائلة التى أعطته قوة في التأثير، وفرضت على المُجتمع مزيدًا من التحديات، كما يجب التطرق لكيفية حدوث تلك التأثيرات بكافة صورها وأنواعها حيثُ معرفة التأثيرات السلبية والتأثيرات الإيجابية، ومعرفة التأثيرات الفورية والتأثيرات بعيدة المدى، ومعرفة التأثيرات على الفرد وعلى المُجتمع بكافة مؤسساته وأجهزته، ومعرفة التأثيرات هنا لا تقتصر على الجانب السلوكي فقط، لكنها تشمل المعرفة والاتجاهات والمشاعر والجوانب الفسيولوجية، وبالتالي تمتد إلى ثقافة المُجتمع وهويته ونُظمه الاجتماعية.

– **العالم الواقعي:** المعرفة هُنا تضمن المعلومات الواقعية الحقيقية التى تُشير إلى سمات وخصائص العالم التي ليست دائمًا محل جدال؛ أي لا مجال فيها للتفسير والتأويل الفردي، منها:

عدد سكان العالم، مساحات الدول، أسماء المسئولين السياسيين لبلد ما وغيرها، كما تشمل المعرفة أيضًا ما يتعلق بثقافة المُجتمعات والتاريخ بكل جوانبه السياسية والاقتصادية والثقافية، والتطورات الحادثة في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية، كما أنه من المُهم الإلمام بالمعلومات الاجتماعية تلك المُتصلة بالفهم المُشترك حول التفاعُلات الإنسانية مُتضمنة الأخلاقيات داخل الثقافة الواحدة، بالإضافة إلى طريقة مُمارسة الناس لأدوارهم الاجتماعية كطالب وصديق وعضو في أسرة أو جماعة، وغير ذلك من المعلومات وخبرات يكتسبها الفرد من تعامُله مع العالم الحقيقي من حوله، فكلُما زادت الخبرات والمعلومات المُكتسبة والمُتعلمة كان لدى الفرد أساسًا أوسع ينطلق منه ليُحلل ويقيم المضامين الإعلامية.

مما سبق يتضح؛ أنه لابد من التطرق لكل هذه الموضوعات حتى يمتلك الفرد رصيدًا من هذه المعلومات يكون له أساسًا في مواجهته للرسائل الإعلامية فإنه يلزم التأكيد هُنا أن الفرد عليه جزءً كبيرًا في معرفة المعلومات بنفسه والبحث عنها ليتمكن من التعامل مع المحتوى الإعلامي وفهمه واكتساب بناءات معرفية جديدة منه، وهو ما يتطلب تدريس أساسيات مجالات المعرفة لينطلق الطالب منها بعد ذلك مكونًا بذاته المزيد من البناءات المعرفية، بالتالي يجب التأكيد أيضًا على أن المعلومات تُعلم للفرد تدريجيًا في مُستويات تُناسب الفئات العُمرية والمُجتمعية المُختلفة.

– ثانيًا- المعلومات التفصيلية المُرتبطة بالرسالة الإعلامية ذاتها.

تلك المعلومات التي تنبثق وتُستنتج بتطبيق مهارات التربية الإعلامية في ضوء المعلومات الأساسية –البناء المعرفي للتربية الإعلامية- التي سبق تعلُمها لتُصبح هذه المعلومات ليست مُجرد معلومات يعرفها الفرد، ولكن عبر التطبيق والمُمارسة للمهارات، فتتحول هذه المعلومات إلى معرفة وتُصبح كامنة وراسخة في تفكير الفرد عند تعامله مع وسائل الإعلام؛ حيث تُصبح المعلومات المطلوبة أكثر تفصيلاً وأكثر اتصالاً بالرسالة والمحتوى الإعلامي. فالرسالة الإعلامية مُتعددة الجوانب وعند التعرض لها لابد من إدراك هذه الجوانب، تلك التي تستشف من الإعلام نتيجة لما تم معرفته من المعلومات الأساسية السابق ذكرها.

بالتالي فالتربية الإعلامية تُعد مُتعددة الأبعاد لأنها تتطلب فهمًا عميقًا وواسعًا يشمل كل جوانب العمل الإعلامي أو الرسالة الإعلامية، ومن ثم فإنها تتطلب وتعتمد على أنواع من

المعلومات تشمل المعلومات المعرفية والوجدانية والأخلاقية، بالتالي الشق الثاني من المعلومات التي تتطلبها التربية الإعلامية مُتعددة الأبعاد مُتمثلة في **أبعاد التربية الإعلامية** والتي قد أشـرنا إليها سابقًا، وسوف نُسرد تلك الأبعاد التي حددها Potter (2013, 8-10) في أربعة أبعاد أساسية بشئ من التفصيل، فيما يلي:

– **البُعد المعرفي**؛ يُشير إلى المعلومات الواقعية والحقيقية الواضحة التي لا تُثير الجـدال حولها، فهي حقائق تتعلق بالبيانات والأسماء وحقائق الأشياء في المضامين الإعلاميـة، ومنهـا اسم: المُعد، مُقدم البرنامج، المُمثل، كاتب العمل الفني، الصحفي، المراسل، الكاتـب للخبـر أو المقال، المُنتج وهويته، وغير ذلك. هذه المعلومات ترتكز وتسكُن في العقل لما تُعطيه من دلائل واستنتاجات في تحليل الرسائل الإعلامية وتقويمها والحكم عليها.

– **البُعد الوجداني:** يرتبط هذا البُعد بالمعلومات التي تُخاطب الوجدان وتُثيـر المشـاعر المُختلفة المُتضمنة للمشاعر، ومنها: الحب، الكره، الغضب، الخوف. كما يختلف مقدار التـأثر بهذه المعلومات العاطفية من شخص لآخر، فالبعض حساس جدًا لكل أنواع المشاعر التي تُثيرها وسائل الإعلام. ويُعد استقبال وتلقي مثل هذه المشاعر سهل نسـبيًا ويـتم إدراكـه بسـهولة. والمنتجون للرسائل الإعلامية يعرفون بسهولة الرموز التي تستهدف تلك المشاعر وتُثيرها، لكن هُناك مشاعر أكثر دهاءً، منها: القلق، التوتر، الحذر. تلك المشاعر تحتاج إلى مهـارة إنتاجيـة عالية من كاتب الرسالة، والمُخرج، والمُقدم لها حتى يُمكن نقلها ببراعة إلى جمهور المُتلقيـين؛ كذلك يتطلب استقبالها درجة عالية من التعلُم حتى يُمكن إدراك رموزها ومعرفة مـا تسـتهدفه الرسالة؛ بالتالي السيطرة والتحكم في المشاعر دون تركها لهذه التأثيرات.

– **البُعد الفني:** يُشير هذا البُعد إلى المعلومات الفنية والجمالية المُتعلقـة بكيفيـة إنتـاج الرسالة والعمليات التي تمر بها الرسالة حتى تصل للمُتلقي، هذه المعلومات تعُطي أساسًا معرفيًا لإصدار أحكام حول الجيد من عناصر العمل الإعلامي؛ بالتالي الحُكم على الأعمال المُتضـمنة في إنتاج الرسالة أو عناصر وفنيات العمل، ومنها: الكتابة، التحريـر، التصـوير، الإضـاءة، الموسيقى، الحركة. فإدراك ومعرفة تلك المعلومات الفنية يُساعد على تمييز الجيد من الـردئ، وبالطبع تتصل تلك المعلومات وتكمُن في العين والأذن، وهنا لابد من إدراكها عبر سياقها الفني والجمالي وأيضًا من خلال السياق التركيبي لها بما يُعطيه للمُتلقي من معانٍ ويحدثه من تأثير.

– **البُعد الأخلاقي:** يتضمن معلومات حول القيم والأخلاق المُستمدة من الدين والمُجتمع، وإدراك ما يتضمنه العمل الإعلامي من معلومات تتعلق بهذا الجانب، وهو يمد بأساس لصُنع أحكام حول الصواب والخطأ، فيتم الحُكم على شخصيات العمل الفني بما تقوم به من أفعال وتؤديه من سلوكيات في ضوء البُعد الأخلاقي بكونها شخصيات جيدة أو سيئة وفقًا لتوافقها مع ما يتسلح به الفرد من أخلاقيات، وأيضًا ما ينقله الكاتب أو مُقدم البرنامج من أفكار لابد من التعرف على ما تحمله من قيم وأخلاقيات والحكم عليه في ضوء المبادئ الأخلاقية التى تترسخ لدى الفرد. وهذا البُعد يشمل كل عناصر العمل الإعلامي، ذلك للتعرف على ما تبثُه من قيم وأخلاقيات ثم الحُكم عليه في ضوء ما ترسخ في وعي وروح المُتلقي.

يتضح مما سبق أن المنظور الجيد للعمل الإعلامي يتطلب بناءات معرفية قوية تلك البناءات التى لن تقوم إلا على معلومات تستوفي أبعاد التربية الإعلامية الأربعة سالفة الذكر، فالاقتصار على بُعد دون الآخر لن يُتيح التواصل إلى فهم سليم للعمل والحكم علية، فمع المعرفة القوية تنكشف جوانب القصور – **والإجادة بالطبع** – في العمل، وأخيرًا لابد من التأكيد على ضرورة تكامل شقي المعرفة الإعلامية في إطار بناء الفرد المُتعلم إعلاميًا والذي لا يُمكن وجوده مع معرفة محدودة وضعيفة.

٢. البناء المهاري للتربية الإعلامية:

تُعد مهارات التربية الإعلامية بمثابة نُقطة الارتكاز لبناء تكامُلي للتربية الإعلامية، ففي ظل الزخم المُتواصل من الرسائل الإعلامية التي يتلقاها الفرد يوميًا في هذا العصر، بات من الضروري أن يتزود بعدد من المهارات التي تُمكنه من التعامل معها بصورة سليمة - تكوين الوعي النقدي تجاه ما تنشره وسائل الإعلام وتكوين الحكم الذاتي المستقل تجاه الرسائل الإعلامية-، وهو ما تهدف التربية الإعلامية لتحقيقه، فتجاوزت مهارات التربية الإعلامية المهارات الأولية اللازمة لعملية التعلم **(القراءة والكتابة والاستماع والمشاهدة)**؛ حيث تتضمن مهارات أوسع وأشمل، والتي يُمكن توظيفها في مُعالجة الكم المتوفر من البيانات والمعلومات التي تُبثها وسائل الإعلام المُختلفة.

تلك المهارات لا تلغي ضرورة اكتساب الأفراد للمهـــارات التقليديـــة، فجميـــع هـــذه المهارات مهارات اجتماعية تقريبًا يتم تنميتها من خلال التعاون "Collaboration" والاتصال الشبكي "Networking"، وقد حدد هذه المهارات Jinkins et al (2006)، فيما يلي:

- **اللعب**؛ القُدرة على التجريب مع الآخرين كأسلوب لحل المُشكلات.
- **الأداء**؛ القُدرة على تبني أدوار جديدة من ثقافات مُختلفة، وفهم المُشكلات من وجهات نظر مُتعددة.
- **المُحاكاة**؛ القُدرة على تفسير وبناء نماذج ديناميكية لعمليات العالم الحقيقي.
- **التخصيص**؛ القُدرة على الفرز الهادف للمحتوى الإعلامي وإعادة تشكيله.
- **المهام المُتعددة**؛ القُدرة على تحليل الفرد لبيئته الخاصة وتحويل التركيز عند الحاجة.
- **الشراكة الفكرية**؛ القُدرة على التفاعل الهادف مع الأدوات التي تُدعم القُدرات الذهنية.
- **الذكاء الجمعي**؛ القُدرة التحصيلية للمعرفة من خلال العمل مع آخرين للوصول إلـــى هدف مُشترك.
- **إصدار الأحكام**؛ القُدرة على تقويم الثقة والمصداقية لمصادر إعلامية مُختلفة.
- **الإبحار عبر وسائل إعلامية مُتعدَّدة**؛ القُدرة التتبعية للمعلومات عبر قنوات إعلاميـــة مُتعددة.
- **التواصل الشبكي**؛ القُدرة البحثية عن المعلومات ودمجها ونشرها.
- **التفاوض**؛ القُدرة التنقُلية في مُجتمعات افتراضية مُتنوعة وتمحيص واحترام وجهـــات نظر مُتعددة.

بعد استعراض المهارات الأولية اللازمة لعملية التعلم، يُمكن التأكيد على أن مهـــارات التربية الإعلامية ليست واحدة أو متساوية عند كل الأشخاص بل متفاوتة ومتباينة من شـــخص إلى أخر، فقد تكون عند شخص عالية وجيدة جدًا وقد تكون ضعيفة عند شخص أخر، فالشخص الذى يملك مهارات تربية إعلامية عالية يستطيع اكتشاف جوانب الصواب والخطأ ونقاط القـــوة والضعف في الرسالة الإعلامية وتكون لدية المقدرة على نقد جميع المضامين الإعلامية بكفاءة بخلاف الشخص الذى يمتلك مهارات تربية إعلامية ضعيفة. وبالرغم من اختلاف الباحثين حول مفهوم التربية الإعلامية ومعاييرها؛ إلا أن هُناك إتفاق بينهما حول مهارات التربية الإعلاميـــة العامة، والمُتمثلة بشكل رئيسي في عدم قبول الرسالة الإعلامية كما هـــي دون جـــدال أو نقـــد

هادف أو تفاعلية أو إيجابية من قبل الجمهور، إضافة إلى مقدرة الأفراد على فهم السياسة الإعلامية والأيديولوجيات السياسية والتجارية التى تؤثر على قرارات المؤسسات الإعلامية.

ويُمكن تحديد ثلاث مهارات رئيسية للتربية الإعلامية Francis (1992)، وهي:

– **التحليل (مهارة مُستهلك):** المُثقف إعلاميًا هو مُشارك نشط في الحوار حول معنى المحتوى الإعلامي، وواعٍ بالعوامل المُختلفة المؤثرة في المضامين الإعلامية.

– **البحث (مهارة مستخدم):** المُثقف إعلاميًا باحث نشط في تحديد المصادر الإعلامية المُناسبة للحصول على المعلومات والموضوعات ذات الاهتمام الشخصي.

– **التأثير (مهارة مُنتج):** المُثقف إعلاميًا هو القادر على تغيير معنى أو تأثير الرسائل الإعلامية.

كما أكد (1993,131-132) Buckingham أن **مهارات التربية الإعلامية تتمثل في معرفة الإجابة على مجموعة من الأسئلة، وهي كالآتي:**

– **أولاً- أسئلة خاصة بالمؤسسة الإعلامية، تتمثل في:** من المُرسل؟ ما هى الرسالة؟ لماذا يتم إرسالها؟ ما مراحل وعمليات إنتاج الرسالة الإعلامية؟.

– **ثانيًا- أسئلة خاصة بالمضمون الإعلامي، تتمثل في:** ما طبيعة المضمون الإعلامي المُقدم؟ ما الفرق بين المضامين الإعلامية المقروءة والسمعية والبصرية؟، ما الفرق بين القوالب والأشكال الإعلامية المُختلفة سواء الإعلانات أو الدراما أو البرامج أو الأخبار؟.

– **ثالثًا- أسئلة خاصة بالتكنولوجيا الإعلامية، تتمثل في:** كيف يتم إنتاج هذه التكنولوجيا؟ كيف يتم استخدامها؟ ما أنواع التكنولوجيا المُستخدمة في الإنتاج الإعلامي؟.

– **رابعًا – أسئلة خاصة باللغة الإعلامية، تتمثل في:** كيفية إدراك ما تعنيه وسائل الإعلام؟ كيف تُعالج وتصيغ وسائل الإعلام المعاني والدلالات في الرسائل الإعلامية؟.

– **خامسًا– أسئلة خاصة بالجمهور، تتمثل في:** من مُتلقي الرسالة الإعلامية؟ ما إحساس الجمهور تجاه ما يتلقاه من رسائل؟ كيف يتم جذب الجمهور واستمالته للمضمون الإعلامي؟ كيف يختار الجمهور ويستهلك ويستجيب للمضمون الإعلامي؟.

– **سادسًا– أسئلة خاصة بالمؤثرات والإستمالات التى تستخدمها وسائل الإعلام لجذب الجمهور، تتمثل في:** هل يعكس المضمون الإعلامي الواقع أم يُزيفه؟ كيف تستخدم وسائل الإعلام المؤثرات السمعية والبصرية في المضامين الإعلامية بشكل مؤثر على الجمهور؟.

وقد أعتمد مكتب ولاية يوتا للتربية الإعلامية (٢٠٠٦) **ثلاث مهارات رئيسية للتربية الإعلامية**، وهي كما يلي:

– **التوعية:** يجب أن يكون الفرد على علم بأن التربية الإعلامية مهارة حياتية، وهي جزء لا يتجزأ من المواطنة الحديثة وصُنع قرار مُستنير وأنماط الحياة الصحية.

– **التحليل:** يستطيع الفرد أن يقوم بتحليل عناصر المضامين الإعلامية لفهم أشكالها ووظائفها ومحتواها.

– **التقييم:** يستطيع الفرد أن يقوم بتقييم العناصر والنتائج المرجوة من وسائل الإعلام.

كما قام Potter (2008, 15-23) **بوضع نموذج يوضح مهارات التربية الإعلامية أثناء المراحل العُمرية للفرد**، ويتكون النموذج من ثماني مراحل مُتتالية، وهي كالأتي:

– **المرحلة الأولى؛** تحدُث في السنة الأولى من عُمر الطفل، ويتم فيها إكتساب الأساسيات، وتتسم بالمقدرة على إدراك أن هُناك آخرين غيرنا يختلفون عنا.

– **المرحلة الثانية؛** تحدُث أثناء السنتين الثانية والثالثة من عُمر الطفل، ويتم فيها إكتساب اللغة، وتتسم بالمقدرة على التوجه إلى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والتعرف على شخصيات وسائل الإعلام المرئية.

– **المرحلة الثالثة؛** تحدُث من سن الثالثة إلى الخامسة، ، ويتم فيها إكتساب السرد أو القص، وتتسم بالمقدرة على إدراك أن الواقع يختلف عما تُقدمه وسائل الإعلام.

– **المرحلة الرابعة؛** تحدُث في الفترة من ٥ : ٩ سنوات، ويتم فيها تطوير الشك، وتتسم بالمقدرة على تحديد ما نحبه وما لا نحبه في المضمون التليفزيوني.

– **المرحلة الخامسة؛** تحدُث بعد المرحلة السابقة بفترة قصيرة، ويتم فيها التطوير المُكثف وتتسم بالمقدرة على الحصول على المعلومات التي نحتاجها من وسائل الإعلام.

أما المراحل الثلاث الباقية تعتبر مراحل مُتقدمة من التربية الإعلامية، لأنها تتطلب تطويرًا نشطًا للأبنية المعرفية.

– **المرحلة السادسة؛** وتُسمى مرحلة الاستكشاف التجريبي؛ حيث الأفراد يفكرون بشأن تنوع واختلاف التجربة الإنسانية في المضامين الإعلامية.

– **المرحلة السابعة؛** وتُسمى مرحلة التقييم النقدي، وفيها يرى الأفراد أنهُم خُبراء ويستطيعون نقد وسائل الإعلام ويبحثون عن الرسائل الأفضل معرفيًا وعاطفيًا وجماليًا وأخلاقيًا.

– **المرحلة الثامنة؛** وتُسمى مرحلة المسئولية الاجتماعية، وهي مرحلة تتميز أن بعض الأفراد يكون لديهم تقييم نقدي لكل أنواع الرسائل التى تُقدمها وسائل الإعلام، كما أنهم يبحثون عن الرسائل الأفضل للآخرين والمُجتمع.

فاختلفت المهارات المطلوبة للعمل والحياة في العصر الحاضر اختلافًا نوعيًا كبيرًا عن المهارات التي كانت مطلوبة في حقبة العصر الصناعي (Reigeluth,1999). لذلك تُنادي الإصلاحات التربوية بما تُسميه بعض الأدبيات مهارات الألفية الثالثة أو مهارات عصر المعرفة (Trilling & Hood, 1999). وقد أشار تقرير الشراكة من أجل مهارات القرن الواحد والعشرين؛ إلى أن مهارات التربية الإعلامية تتضمن: الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وإدارتها، ودمجها، وتقييمها، وإنتاج المعلومات في مجموعة مُتنوعة من الأشكال والوسائط الإعلامية، بالإضافة إلى فهم دور وسائل الإعلام في المُجتمع (Hobbs, 2005, 13). من ناحية أخرى قد صنف المُختبر التربوي للإقليم الشمالي المركزي (NCREL, 2003) مهارات القرن الحادي والعشرين في أربع فئات رئيسية، مُتمثلة فيما يلي:

- **مهارات العصر الرقمي "Digital Age Literacy":** تتمثل في القُدرة على استخدام التقنية الرقمية وأدوات الاتصال، والشبكات للوصول إلى المعلومات وإداراتها وتقويمها وإنتاجها للعمل في مُجتمع المعرفة. كما تشمل مهارات الثقافة الأساسية والعلمية والاقتصادية والتقنية البصرية والمعلوماتية وفهم الثقافات المُتعددة والوعي الكوني.
- **مهارات التفكير الإبداعي "Inventive Thinking" :** وتشمل مهارات التكيف والتوجيه الذاتي ومهارات التفكير العليا بشأن ما تبثه وسائل الإعلام.
- **مهارات الاتصال الفعال "Effective Communication":** وتشمل مهارات العمل في فريق والمهارات البين شخصية والمسئولية الاجتماعية والشخصية والاتصال التفاعلي.
- **مهارات الإنتاجية العالية "High Productivity":** وتشمل مهارات التخطيط والإدارة والتنظيم والاستخدام الفعال للأدوات التقنية في العالم الواقعي.

ويُمكن توظيف تلك المهارات تقريبًا في مجال التربية الإعلامية، **بعبارة أخرى**، الذي يختلف هو المحتوى وطبيعة القضايا التي يجري تناولها، فمهارات التفكير الناقد يستخدمها المُتعلم في حل مُشكلات التعلُم في مجال دراسي مُعين، كما يُمكن أن يستخدمها عند تناول محتوى إعلامي معين. كما تعمل مهارات التربية الإعلامية على "مُساعدة الأفراد على امتلاك الكفاءة والنظرة النقدية والمعرفة بكل أشكال وسائل الإعلام ليكون بمقدورهم التحكم بتفسير ما يرون وما يسمعون بدلاً من السماح لهذه التفسيرات بأن تتحكم بهم" (اليزابيث ثومان، ٢٠٠٨، ٣٠). ولتحقيق ذلك نحتاج إلى مهارات تستوعب جميع القدرات المعرفية التي تضمنها تصنيف بلوم "Bloom"، وهي: المعرفة، التحليل، الاستيعاب، التطبيق، التأليف، والتقييم، وأقرب توصيف لمهارات التربية الإعلامية الذي يشمل تلك القُدرات هو توصيف كل من: Elizabeth Thoman, Jolls (2008, 60-61)، و Joseph R. (2002, 3)، و Potter (1998, 64-81). **ويشمل ذلك التوصيف المهارات الآتية:**

- مهارة المعرفة "Access".
- مهارة التحليل "Analysis".
- مهارة التقييم "Evaluation".
- مهارة الابتكار "Creation".
- مهارة المُشاركة "Participation".

وتطورت مهارات التربية الإعلامية بتطور الأزمنة ووسائل الإعلام، حيثُ كانت تعنى بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام المطبوعة - في الماضي- بمعنى كيفية فك كود هذه الوسائل وفهمها، ولكن مع تطور العالم وظهور وسائل الاتصال الإلكترونية أصبحت مهارات التربية الإعلامية تعنى الآن القُدرة على فك رموز وتقييم وتحليل كل أشكال ونصوص وسائل الإعلام والقُدرة على إبداع مواد إعلامية مرئية وإلكترونية (Maureen Baron, 2010). كما أن مهارات التربية الإعلامية لا تقف عند حد التفكير الناقد للمضامين الإعلامية بل إنتاجها بمسئولية إبداعية ومُشاركتها، وليس ذلك فحسب بل التفكير العلمي في البحث والاستقصاء عن المضامين الإعلامية وتوثيقها وحفظها، ويُمكن تحديد البناء المهاري للتربية الإعلامية بشكل أكثر تفصيلًا (أحمد جمال، ٢٠١٥، ٤٣-٤٧)، من خلال الشكل التالي:



شكل (٨) مهارات التربية الإعلامية لإنتاج مواطن فعال

– **مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية؛** وهي القُدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، من خلال التفكير العلمي في البحث والاستقصاء للرسائل الإعلامية، باستخدام وسائل الإعلام وما يرتبط بها من أدوات تكنولوجية، فعندما يستطيع الفرد أن يصل إلى الرسائل الإعلامية، فسيكون بمقدوره جمع المعلومات المطلوبة والمفيدة وفهم معناها بشكل أفضل، **وعندئذ يكون قادرًا على:**

- التمييز والفهم لكم كبير من المفردات والرموز وأساليب الاتصال.
- تطوير استراتيجيات لتحديد مكان المعلومة وسط مجموعة واسعة من المصادر.
- اختيار مجموعة منوعة من نماذج المعلومات المتصلة بموضوع المهمة التي هم بصدد تنفيذها.

فالوصول للرسالة الإعلامية؛ يعني قراءتها وتفكيك رموزها سواء كانت رموزًا كتابية، أو صوتية، كالتأثيرات الصوتية الموسيقية ونحوها، أو مصورة، ترتبط بحركات الكاميرا وزوايا الإضاءة وغيرها مما يرتبط بالحركة على الشاشة، والرموز من خلال التركيب تتحول إلى نماذج مُختلفة يُمكن تمييزها من خلال تفسير طريقة الارتباطات بين الرموز وعندما يتعرف الطالب على النموذج ويستوعب معناه ويستطيع التمييز بين عدة نماذج في هذه الحالة يكون قد تمكن من الوصول إلى الرسالة. **وينبثق من تلك المهارة عدة مهارات فرعية، منها:**

- **مهارة التعرض؛** أي القُدرة على استخدام الوسيلة الإعلامية وما يرتبط بها من تقنيات؛ إلا أن التعرُض لا يقتصر على الوسائل الإلكترونية، فهُناك التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية من خلال معرفة الفرد لقنواتها وبرامجها ومواعيدها، ولذا فإنه ينبغي للفرد أن يمتلك المهارة في الانتقاء والاختيار لما يُريد أن يتعرض له ويصل إليه من خلال التدريب والخبرة المُكتسبة.
- **مهارة معرفة الرموز؛** تتضمن المضامين الإعلامية رموزًا فردية تُكون اللغة الخاصة بالرسائل المُقدَّمة، وكل نوع من هذه الرموز يتطلب معرفة خاصة به متضمنة، وعند تعرُض الفرد للمضامين الإعلامية فإنه يحتاج إلى معرفة الرموز التى تتضمنها ليستطيع الوصول إلى المعنى المُراد من الرسالة.
- **مهارة النماذج؛** بمعرفة الموز يُمكن للإنسان ان يجمعها معًا وفقًا لقواعد مُحددة لتشكل نموذجًا يُمكن من خلالة أن ينقل للآخرين ما يريده من معنى.

- **مهارة توفيق المعنى**؛ بعد معرفة الرموز ينبغي على الفرد أن يفسرها ليصل إلى معناها، ومن خلال امتلاك مهارة توفيق المعنى يُمكن ربط رموز مُعينة بمعان مُحددة (سماح محمد، ٢٠١٠، ١٨٠-١٨٣).

والجدول التالي يوضح مصفوفة مهارات الوصول للرسالة الإعلامية واستقبالها.

جدول (٣)

مصفوفة مهارات الوصول للرسائل الإعلامية واستقبالها

المهارة	مصفوفة مهارات الوصول للرسائل الإعلامية واستقبالها		
استقبال الرسالة الإعلامية	تحديد احتياجاته وأهدافه قبل التعرض لوسائل الإعلام.	تحديد نوعية الرسائل الإعلامية وفقًا لأهدافه.	الانتباه إلى البيانات الأساسية للرسالة الإعلامية من حيث الإعداد والتقديم.
تحديد مكونات الرسالة الإعلامية	تحديد رموز وعناصر الرسالة الإعلامية.	المقدرة على تخمين كيفية تقديم وسيلة إعلامية أخرى لنفس رموز ومكونات الرسالة الإعلامية.	المقدرة على التواصل لمدى مصداقية القائمين على الرسالة الإعلامية.
تحديد معاني الرموز وما تكونه من ارتباطات داخل الرسالة الإعلامية.	استخراج معاني أخرى من الرسالة الإعلامية بابتكار وإضافة رموز ومكونات أخرى.	تعليل أسباب اختلاف التغطية الإعلامية للموضوع وفقًا لنوع الوسيلة الإعلامية.	تحديد أنسب الوسائل الإعلامية لتغطية الرسالة الإعلامية.

- **مهارة تحليل الرسائل الإعلامية**؛ بمهارة الوصول إلى الرسالة؛ يتمكن الفرد من إدراك المعاني البسيطة والظاهرة من الرسالة، والفهم القائم على المعنى الظاهر للرسالة -غالبًا يكون خاطئًا-، لكن تحليل طريقة تركيب الرسالة، والغرض من تركيب الرسالة بطريقة معينة، وكيفية اختيار مكوناتها يمنحنا فهمًا أعمق للرسالة الإعلامية. وتحليل الرسائل الإعلامية، مهارة تنطوي على التفكير الناقد؛ وتعني قُدرة الفرد على اختبار تصميم شكل الرسالة الإعلامية وهيكلها وتسلسلها بحيث يُمكن له أن يَستفيد من مُختلف المضامين الفنية والأدبية والاجتماعية والاقتصادية التي تحتويها، وبالتالي المقدرة على فهم السياق العام للمضامين الإعلامية (هناء محمد، ٢٠٠٨، ٦٠).

فامتلاك الفرد لمهارة التحليل تجعله يتعرف على أجزاء الرسالة وجوانبها الداخلية، فيتوقف عن التعامل مع الرسالة الإعلامية ككيان كلي، وبذلك يتمكن من تقدير قيمتها وفهمها بشكل سليم (سماح محمد، ٢٠١٠، ١٨٥)، بالإضافة إلى:

- الاستفادة من المعارف والخبرات السابقة للتنبؤ بالنتائج.
- تفسير الرسائل باستخدام مفاهيم: ومنها: الغرض، والجمهور، ووجهة النظر، والشكل، والنوع، والشخصيات، والحبكة، والفكرة، والحالة النفسية، والمكان، والسياق.
- استخدام استراتيجيات تحتوى على: المقارنة / التباين، الحقيقة / الرأى، والسبب / التأثير، والجدولة والتسلسل.

كما يتضمن التحليل الإعلامي مجموعة من المفاهيم الأساسية، وهي مستوحاه من المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية، بالإضافة إلى ما يلي:

- تفسير المعنى وبناءه يتكون من تفاعل بين المُتلقي والنص والثقافة.
- لكل وسيلة إعلامية رموزها الخاصة بها.
- دور التعبير الإعلامي في فهم الناس للحياة الاجتماعية.

وقد وضع التربويون أسئلة رئيسية خمس للتربية الإعلامية تساعد على تحليل الرسالة الإعلامية؛ حيث تُمثل النقطة المحورية لتحقيق التربية الإعلامية للطلاب، من خلال مُمارساتهم وتدريبهم على الإجابة عليها. ويرى Share et-al (2007, 9)، أن الأسئلة الخمس جاءت من مفاهيم التربية الإعلامية الرئيسية الخمس، والتي يُمكن بلورتها في الكلمات المفتاحيه التالية: (التأليف، الشكل، الجمهور، المحتوى، العرض)، ثم قاموا بتحديد الأسئلة التالية:

- **من الذي قام بإنشاء/ ابتداع هذه الرسالة؟** والسؤال هنا مُرتبط بالمفهوم الأول لأساسيات التربية الإعلامية الذي يؤكد أن جميع الرسائل الإعلامية "مركّبة" وليست نُسخة حقيقية من الواقع.

- **ما هي الأساليب/ التقنيات الشيقة المُستخدمة لجذب انتباهي؟** الرسائل الإعلامية مُركبة باستخدام تقنيات إعلامية لها قوانينها الخاصة بها، للتلاعب بوعي المشاهد. و"كل أشكال التواصل سواء أكانت الصحف أو برامج التسلية التلفزيونية أو أفلام الرعب لها أساليبها الخاصة بها. فالموسيقى المُرعبة تُزيد من وتيرة الخوف، ولقطات الكاميرا القريبة تدل على الحميمية، والعناوين العريضة تشير إلى الأهمية. ففهم نظام القواعد والنحو والاستعارة للغة الإعلامية، ولا سيما أن اللغة الصوتية والمرئية التي يُمكن أن تصل إلى أبعد مما هو عقلاني إلى أعماق صميمنا العاطفي، يُزيد

من تقديرنا واستمتاعنا بالتجارب الإعلامية إضافة إلى أنه يُساعدنا لأن نكون أقل عرضة للتلاعب والاستغلال".

– **كيف يُمكن للأشخاص المُختلفين فهم هذه الرسالة الإعلامية بصورة مُختلفة لفهمي أنا لها؟** فالناس على مُختلف مشاربهم يفهمون الرسالة الإعلامية ذاتها بشكل مُختلف فقد يُلاحظ فرد ما أن الرسالة الإعلامية شبيهة بتجربة أليمة مر بها، ولكن الرسالة نفسها تُذكر فرد أخر بمُناسبة سارة في حياته، وتتعدد انطباعات الناس حول الرسالة بتعدد خبراتهم وثقافاتهم ومستوياتهم المعرفية، ولو تأمل الفرد تنوع استجابات الآخرين للرسالة، فأنه يُصبح أكثر قُدرة على تحليل الرسالة.

– **ما هي القيم وأساليب الحياة ونقاط المُلاحظة الواردة أو المحذوفة في الرسالة الإعلامية؟** إن تقديم الرسالة الإعلامية ينطلق من بيئة معرفية، أو أيديولوجية أو سياسية، ويتأثر بالبيئة وعندما نُدرك أن الرسالة الإعلامية مُركبة، سندرك أن من قام بتركيب الرسالة سيقوم بإبراز ما يتفق مع قيمه وقناعاته ويحذف ما يتعارض مع ذلك. ولذلك تؤكد إليزابيث ثومان (٢٠٠٨، ٣٧) على ذلك بقولها "بما أن وسائل الإعلام تُركب فإنها تحمل نصًا مبطنًا يبرز المُهم من الأشياء والأشخاص حسب رأي أولئك القائمين على صناعتها على الأقل.

كم تُعد وسائل الإعلام رواة للقصص أيضًا، حتى الإعلانات التجارية تحكي قصصًا سريعة وبسيطة وتتطلب هذه القصص شخصيات ومواقع وحبكة ذات بداية ووسط ونهاية. فاختيار عُمر الشخصية وجنسها وعرقها، ثم مزج ذلك مع الأنماط الحياتية والمواقف والتصرفات المصورة، واختيار الموقع أكان ريفيًا أم مدنيًا؟ فقيرًا أم ثريًا؟ والأفعال وردود الأفعال التي تقوم بها في الحبكة ما هي إلا بعض الطرق التي يتم من خلالها غرس القيم في العرض التلفزيوني أو الفيلم أو الإعلان".

– **لماذا أُرسلت هذه الرسالة؟** تمت الإشارة في مُحددات التربية الإعلامية إلى أن مُعظم الرسائل الإعلامية تهدف إلى كسب المال أو ممارسة النفوذ السياسي والتأثير الأيديولوجي.

وقامت سامية عبد الحكيم (٢٠١٠، ٢٦) بتوضيح خطوات التحليل الإعلامي في الشكل التخطيطي التالي:

خطوات التحليل الإعلامي				
الرسالة الإعلامية نتاج فرد أو مؤسسة.	الرسالة الإعلامية يتم إنتاجها في سياقات عدة.	تكوين التفاعل بين المُتلقي والثقافة والنص.	الرسالة الإعلامية تحتوى على عدة رموز.	فهم الناس للحياة الاجتماعية.

شكل (٩) خطوات التحليل الإعلامي "بتصرف"

والجدول التالي يوضح مصفوفة مهارات تحليل الرسائل الإعلامية.

جدول (٤)

مصفوفة مهارات تحليل الرسائل الإعلامية

المهارة	مصفوفة مهارات تحليل الرسائل الإعلامية			
الفهم الحرفي للرسالة الإعلامية (الاستيعاب).	شرح مدى كفاءة الأدلة المستخدمة فى المادة الإعلامية.	توجيه الأسئلة لاستنباط المعلومات المُقدمة في المادة الإعلامية.	ربط الأداء اللفظي بالأداء غير اللفظي لمعد المادة الإعلامية ومقدمها.	متابعة الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لإدراك مابين الأجزاء من علاقات.
الفهم التفسيري للرسالة الإعلامية (النقد).	تحليل المادة الإعلامية وتقويمها فى ضوء معايير منهجية	الالتزام بالأمانة فى عرض وجهة النظر للموضوع الذى قرأه أو أستمع إليه أو شاهده.	يشتق من المادة الإعلامية وما يتفق أو ينتقض رأيًا ما.	إعطاء انطباعًا مناسبًا لمضمون الرسالة الإعلامية (ينتقد بموضوعية)
الفهم التطبيقي للرسالة الإعلامية (التفاعل).	تدوين الملاحظات والتعليقات لما يستمع إليه أو يقرأه أو يشاهده.	طرح أسئلة إبداعية حول مضمون الرسالة الإعلامية.	تقديم أحكام حول الموضوع الذى تم تقديمه عبر وسائل الإعلام، ويدعم الأحكام بأدلة مقنعة.	إضافة أفكار جديدة للموضوع المقروء أو المسموع أو المرئي.

- **مهارة نقد الرسائل الإعلامية؛** من خلال هذه المهارة يستطيع الفرد أن يُصدر حُكمه عليها وتقويمها من خلال مُقارنتها ببناءاته المعرفية، وهي تعتمد على التفكير الناقد.

ويُعرف إبراهيم كرم (١٩٩٢، ١٩) التفكير الناقد بأنه: "التحقُق من المعلومات ومصادرها، والخروج باستنتاجات تتعلق بالحقائق والآراء المطروحة"، كما أن مهارة التفكير الناقد تنطلق من فرضية أنها مهارة قابلة للتطوير والتنمية لدى كل فرد؛ وذلك بإعداد الخبرات والمهارات اللازمة لتحقيقها، وبتوافر مُشرف لديه الخبرة الكافية باستخدام مادة دراسية محددة" (وليد رفيق، ٢٠١١، ٤١). ويؤكد Smith على أن التفكير الناقد يُعدّ من المقومات الأساسية للمواطنة الفاعلة، ففي هذا العصر اتسعت المعلومات، وانتشرت وسائل الإعلام بشكل كبير، وكثرت فيه الدعايات والشائعات، فكان لابد للفرد أن يكون قادرًا على التفكير الناقد؛ لكي يستطيع الحُكم على مصداقية هذه المعلومات وتصنيفها" (نادية حسين، ٢٠١٢، ٨٢). فتدريس مهارات التفكير الناقد يؤدي إلى ما أسماه بعض الباحثين بالمُشاهدة الناقدة، وهي مجموعة من المهارات العليا التي يتمكن من خلالها المُشاهد من النفاذ إلى الطبقات المُتعددة للمضامين الإعلامية، ذلك من أجل الوصول إلى المعاني التي تخدم أهدافه (راشد بن حسين، ٢٠٠٧، ١١).

والتفكير الناقد يتطلب مهارات مُعينة حددها Beyer (2002, 17-20)، على النحو التالي:

- التمييز بين الحقائق التي يُمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الإدعاءات أو الأهواء الشخصية.
- التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الإدعاءات غير المُرتبطة به.
- تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.
- التعرُف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم في المضامين الإعلامية.
- التعرُف على المُغالطات والأكاذيب في المضامين الإعلامية.

وقد أوضح أحمد الزق (٢٠١٢، ٣٤٥) أن التفكير الناقد كمفهوم نفسي يتضمن عددًا من المهارات الفرعية، لذلك نجد ن هنالك عديد من التصنيفات لمهارات التفكير الناقد تبعًا لتعدُدّ تعريفاته وأطره النظرية المُفسره له، لعل من أشهر تلك التصنيفات، تصنيف كُل من "Watson & Glaser" اللذان قد صنفا **التفكير الناقد إلى خمس مهارات فرعية**، أوردها مفلح دخيل (٢٠٠٨، ٩٢)، **وهي:**

– **معرفة المُسلمات أو الافتراضات**؛ ويُقصد به معرفة الفكرة أو القضية المراد التحقُق منها، وذلك من خلال القُدرة على التمييز بين درجة صدق معلومات مُحددة أو عدم صدقها، والتمييز بين الحقيقة والرأي، والغرض من المعلومات المُعطاه.

– **التفسير**؛ يقُصد به مُحاولة تحديد الأسباب الكامنة وراء الظاهرة، وذلك من خلال تحديد المُشكلة، والتعرف على التفسيرات المنطقية، وتقرير ما إذا كانت التعميمات والنتائج المبنية على معلومات مقبولة أم لا.

– **الاستنتاج**؛ يُعني استخلاص مجموعة من الحقائق، وإدراك صحة النتائج أو خطئها في ضوء الحقائق المُعطاه.

– **الاستنباط**؛ يُعني القدرة على معرفة العلاقات بين الوقائع، بحيث يُمكن الحكم في ضوء هذه المعرفة إذا ما كانت نتيجةً ما مُشتقة تمامًا من هذه الوقائع أم لا، بغض النظر عن صحتها.

– **تقويم الحجج**؛ يُقصد به محاولة إثبات صحة النتائج المُستخلصة.

ويؤكد "William Christ" على أن إكساب مهارة التقويم لا ينبغي أن تكون عملية تعليمية بيروقراطية مُنحصرة في أعمال وتدريبات وخبرات بعيدة عن حياة الأفراد ومجتمعهم واهتماماتهم ومشاعرهم، بل لابد أن تتسم هذه المهارة بالمرونة والتكامل مع مُختلف خبرات الفرد، وأن ترتبط بحياته وواقعه" (سماح محمد، ٢٠١٠، ١٨٨).

وترتبط مهارة التقويم بالتقييم، فبعد تحليل الرسالة الإعلامية ونقدها يكون في مقدور الفرد أن يصدر حكمًا على الرسالة، بناءً على خلفيته المعرفية والدينية والثقافية، وتجاربه الحياتية ويستطيع في مرحلة نقد الرسائل الإعلامية، تقييم الرسالة فنيًا وموضوعيًا وتحديد مدى صدق الرسالة وجودتها وصلتها بالموضوع؛ **وهذا يتضمن القدرة على:**

– التذوق والاستمتاع بتفسير الرسائل الإعلامية ذات الأجناس والأشكال المُختلفة.
– تقييم جودة الرسائل الإعلامية على أساس الشكل والمضمون.
– تحديد قيمة الرسالة بالاعتماد على مبادئ الشخص الجمالية والدينية والديمقراطية.
– الرد شفويا أو طباعة أو إلكترونيا على الرسائل المتنوعة في التعقيد والمضمون.

كما أن عملية تقويم وتقييم الرسالة الإعلامية تُحتّم أن يكون لدى المُتلقي معايير ثابتة يُمكن من خلالها الحُكم على ما يستقبله من رسائل بعد تحليلها إلى مكوناتها الأساسية، ومن

الطبيعي أن قُدرة الفرد على التقويم السليم ترتبط بشكل وثيق بوجود معايير على جودتها وثباتها ودقتها (راشد بن حسين، ٢٠٠٧، ١١). وهناك نوعان من المعايير يوضحها الجدول الآتي.

جدول (٥)

أهم معايير الرسالة الإعلامية

معايير تهتم بالشكل الفني للرسالة الإعلامية	معايير تتعلق بمحتوى الرسالة الإعلامية
– نوعية المضامين الإعلامية: من حيث كونها خبر؛ أو رأي أو حقيقة؛ أم خيال. – مدى الثقة في المصدر: حيث يتم طرح الأسئلة التالية: هل مصدر الخبر محايد؟ هل مصدر الخبر موثوق؟ هل مصدر الرأي مرجع معتمد؟	– مدى اتفاق المضامين الإعلامية مع الحقائق العلمية. – مدى اتفاق الرسائل الإعلامية مع معتقدات مسلمة وقطعية لدى المتلقي. – مدى اتفاق الرسالة الإعلامية – حال كونها رأيًا – مع قيم المشاهد.

– **مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية**؛ بواسطة هذه المهارة يستطيع الأفراد التعبير عن أفكارهم من خلال إنتاج أعمالهم الفكرية وإبداعاتهم الخاصة بهم، فمهارة إنتاج الرسائل الإعلامية لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي، والذي يُعرّفه مندور عبد السلام (٢٠٠٨، ٨١) بأنه: "نشاط ذهني يقوم على قاعدة كبيرة من المعلومات ومهارات التفكير، والعمليات وراء المعرفية، وينتُج عنه حلّ غير مألوف أو تقليدي لمُشكلة ما، ويُمكن تعلمه وقياسه"، "والإبداع الأصيل يُعني قدرة الفرد على إنتاج أفكار وأشكال فريدة أو صور جديدة ومتميزة وملائمة" (أسماء زكي، ٢٠١١، ٥٥).

فعندما يصنع الأفراد الرسائل الإعلامية أو يقوموا بتشاركها، فيعني هذا أن بمقدورهم كتابة أفكارهم واستخدام الكلمات والأصوات والصور بشكل فعال؛ لتحقيق جملة من الأغراض، وبمقدورهم أيضًا استخدام أنواع مُختلفة من تكنولوجيا الاتصال؛ لإبداع رسائلهم وتحريرها وتوزيعها.

ومن **تقنيات إبداع الرسائل** التي قامت تحددها إليزابيث ثومان (٢٠٠٨، ٣٨)، ما يلي:

- اللجوء إلى عمليات إطلاق العنان للفكر وتأليف ومراجعة العمليات.
- الاستفادة من التخطيط والعصف الذهني.
- توظيف الكتابة واللغة الشفوية بشكل فعّال مع ما يتطلبه ذلك من إتقان قواعد استخدام اللغة.
- ابتكار إعداد واختيار الصور بشكل فعّال لتحقيق أهداف مُختلفة.
- استخدام تكنولوجيا الاتصالات في بناء الرسائل.

- **مهارة مُشاركة الرسائل الإعلامية:** مهارة مُشاركة الرسائل الإعلامية لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي والتفكير العلمي، بواسطة هذه المهارة يستطيع الفرد نقل الأفكار أو الأعمال إلى الآخرين؛ لمُشاركتها معهُم والحصول على تفاعلهُم، ذلك باستخدام وسائل الإعلام المُختلفة والأدوات المُتاحة لديهم. فعندما يشارك الأفراد فى بناء الرسائل فَهُمْ فى عملية مستمرة من المشاركة والتفاعل تؤدِّى أحياناً إلى الاتصال، والتعاون. **وتحتاج مهارة الُمشاركة إلى:**

- التفاعل مع الآخرين.
- التفاعل بين مُستخدمي وسائل الإعلام والوسائل الإعلامية؛ حيث يمكن للتفاعل أن يَحْدُث بسرعة كبيرة.
- استخدام عمل الآخرين لاستخدام أشكال ووسائل تعبير جديدة لبناء أفكار للإنتاج.
- تفاعل ذي مسئولية وأخلاقية.

ويجب التأكيد على أن مهارات التربية الإعلامية المُقدَّمة للأفراد تعمل على إكسابهم السلوك الواعي إعلاميًا من خلال تعزيز قُدراتهم وإمكانياتهم، لا ليصبحوا مُستهلكين واعين للرسائل الإعلامية فحسب، بل مُنتجين مسئولين ومبدعين لها؛ أي يتأثرون بوعي ويؤثرون بمهارة، مما يُمكّنهم من مُشاركتها مع غيرهم والتفاعل فيما بينهم، وهو ما يعكس التعامل بإيجابية مع الإعلام ووسائله وأدواته المُختلفة.

السلوك الواعي إعلاميًا؛ هو نتاج تعلُم مهارات التربية الإعلامية يوضحها فهد الشميري (٢٠١٠، ١٦٤-١٧٢) في أربع مهارات رئيسية وهي مهارات: حُسن الاختيار، والتواصل الفعال، والُمشاركة في صياغة المضامين الإعلامية والتأثير فيها، بالإضافة إلى إنتاجها، ويضيف أحمد جمال (٢٠١٥، ٤٦) مهارة تقييم المضامين الإعلامية، **فالمهارات الخمس تُمثّل السلوك الواعي إعلاميًا، وهي كما يلي:**

- **مهارة حُسن الاختيار؛** المُتلقي هو من يقوم باختيار ومتابعة وسيلة إعلامية بعينها، مقروءةً أو مسموعةً أو مرئية، فالوعي الإعلامي بجوانبه المُختلفة، وأدبياته المُتعددة، يبني لدى المُتلقي مهارة حُسن الاختيار، ويُساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يُناسبه، وللوسيلة الإعلامية التي يُتابعها، ويتأثر بها، ويتفاعل معها.

- **مهارة تقييم المضامين الإعلامية؛** هي قدرة الفرد على تقييم الرسائل الإعلامية وتقويمها. والجدول التالي يوضح مصفوفة مهارات تقييم الرسائل الإعلامية.

جدول (٦)

مصفوفة مهارات تقييم الرسائل الإعلامية

المهارة	مصفوفة مهارات تقييم الرسائل الإعلامية			
يُقيم الرسالة الإعلامية فى ضوء الإطار الثقافي والأخلاقي للمجتمع.	إبداء الرأي فى بعض العادات والتقاليد السائدة فى مجتمعه من خلال المادة الإعلامية المقدمة له (مدى التزام الشخصيات الواردة فى المادة الإعلامية بأخلاقيات مجتمعنا).	تبرير تقليد بعض الرسائل الإعلامية لثقافة المجتمعات الأخرى.	يُصحح بعض المفاهيم الخاطئة الواردة بالمادة الإعلامية من مجتمعنا.	استخلاص من المادة الإعلامية بعض المقترحات لعرض ثقافتنا في المُجتمعات الأخرى.
يُقيم الرسالة الإعلامية فى ضوء مدى مساهمتها فى الوعي بالقضايا المحلية.	يربط بين تقدم المُجتمع والمشاركة المجتمعية من خلال مضامين المادة الإعلامية.	يستخلص من المادة الإعلامية أهمية الحوار والتعايش مع الآخرين.	يُصحح بعض المفاهيم الخاطئة الواردة بالمادة الإعلامية تجاه القضايا البيئية	إصدار الحكم على بعض الشخصيات الواردة في المادة الإعلامية تجاه بعض القضايا (بيئية – دينية – أخلاقية).

- **مهارة التواصل الفعال؛** قد تكون التغذية الراجعة إيجابية، وتُشجع الُمرسل على الاستمرار في تقديم مضامين مُشابهة، ويقوّي ويُدعّم سلوك المُرسل بشكل مُطّرد، وقد تكون التغذية الراجعة سلبيه، وهو لا يُشجع المُرسل على توجيه مضامين مُشابهة، ويتطلب منه بل ويفُرض عليه تعديل شكل أو محتوى المضامين التي يقوم بإرسالها، فالسلوك الواعي إعلاميًا يتجسد في قدرة المُتلقي في التعبير عن رأيه.

- **مهارة إنتاج المضامين الإعلامية؛** إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، وأصبح بإمكان أي شخص لديه ارتباطًا بالإنترنت أن يُصبح ناشرًا وصانعًا للمحتوى الإعلامي، وأن يُرسل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تكاد تُذكر.

- **مهارة المُشاركة في الحوار؛** إن عامل المُنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام يُتيح أنماطًا مُختلفة تُشجع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور، فالتعقيب على ما يُنشر في الصحف والمجلات، والمُداخلة الصوتية عبر الهاتف، أو كتابة التعليق على المضامين الإعلامية المُقدَّمة عبر وسائل الاتصال الجديدة، وهو من أوسع أنواع المُشاركة،

وأكثرها انتشارًا. فالمشاركة بالرأي، أو السؤال، أو الحوار، أو التعليق، أو التعقيب، أو المداخلة دليل على الوعي الإعلامي المُتقدم خاصةً في القضايا التي تُمثل أهمية بالنسبة إليك.

ويُصبح الفرد مواطنًا فعالاً - ذوي مسئولية اجتماعية- من خلال ثلاث نتائج أساسية للتربية الإعلامية، تجعل منها مهارة أساسية للمواطنة الفاعلة في ديُمقراطية تشاركيه، قد حددتها ميري عبود (٢٠١٣، ٣-٤) فيما يلي:

– **المُتعلم مُفكر ناقد؛** في العصر الحالي يزداد اعتماد جميع الفئات العمرية على الإعلام الجديد للحصول على المعلومات ولتلبية حاجات التواصل، وعليه لا نستطيع أن نمنع أو نحجب وسائل الإعلام، لكننا نستطيع أن نُربي التفكير الناقد لدى النشء والشباب، فهؤلاء سيصبحون في يوم من الأيام مُعلمين ومربين ومسئولين، وهنا نحتاج تربية التفكير الناقد؛ بحيث يتعلموا كيفية الانتقاء والاختيار والانتفاع من التربية الإعلامية.

– **المُتعلم مُبدع مسئول ومتصل فعال؛** هي قدرة الفرد على جمع المعلومات وتحليلها وإبداء الرأي وتشاطر وجهات النظر مع الآخرين، وهذه الجهود تُقدم مُساهمات كبيرة في الحياة المدنية.

– **المُتعلم عامل تغير اجتماعي:** تُقدِّم التربية الإعلامية فرصة للجمهور للتعرف على فرص الإنتاجية للتقارب بين المحتوى الإعلامي والتواصل والمشاركة السياسية.

ويُمكن توضيح مهارات التربية الإعلامية الأساسية والفرعية من خلال قائمة المهارات التي قام ببنائها أحمد جمال (٢٠١٥، ١١٧-١١٩) **وقد مر بناء القائمة بالمراحل التالية:**

– **تحديد الهدف من القائمة؛** هدفت القائمة إلى تحديد مهارات التربية الإعلامية اللازم توافرها لدى الفرد المُتعلم للتربية الإعلامية.

– **مصادر بناء القائمة،** تعددت مصادر قائمة البناء المهاري للتربية الإعلامية، ومنها: إطلاع الباحث على بعض الأدبيات والدراسات المرتبطة، ومنها: (Fedorov, 2001)، (Silverblatt, 2001)، (سماح الدسوقي، ٢٠١٠)، (عبد المجيد بن سلمي، ٢٠١٣)، (ريهام عبد الرازق، ٢٠١٣)، **والاستعانة بآراء مجموعة من الخبراء في مجالات الإعلام**

والإعلام التربوي والمناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم، وتم إجازتها، ويُمكن عرضها من خلال الجدول التالي:

جدول (٧)

قائمة البناء المهاري للتربية الإعلامية

م	المهارات الأساسية وإجراءاتها الفرعية
أولا: مهارة الوصول للرسائل الإعلامية	
•	**مهارة التعرض:**
١	تحديد احتياجاته وأهدافه قبل التعرض لوسائل الإعلام.
٢	يصل إلى الرسائل الإعلامية.
٣	يستخدم الوسائل الإعلامية.
٤	ينتقي الرسائل الإعلامية.
•	**مهارة معرفة الرموز:**
٥	تحديد رموز وعناصر الرسالة الإعلامية.
•	**مهارة توفيق المعنى:**
٦	تفسير رموز الرسالة الإعلامية للوصول إلى معناها.
ثانيا: مهارة تحليل الرسالة الإعلامية	
٧	قراءة الرسالة الإعلامية قراءة جيدة.
٨	تحديد أجزاء الرسالة الإعلامية وجوانبها الداخلية.
٩	تمييز بين الأخبار والآراء.
١٠	تمييز بين الأخطاء والمغالطات.
١١	تمييز بين الحقيقة والخيال.
١٢	استخلاص وجهه نظر المرسل.
ثالثا: مهارة نقد الرسالة الإعلامية	
•	**مهارة الاستنتاج:**
١٣	تحديد مالك الوسيلة الإعلامية.
١٤	تحديد المسئول عن إدارة الوسيلة الإعلامية.
١٥	تحديد سياسة الوسيلة الإعلامية.
١٦	وصف المرسل بالمصداقية أو عدم المصداقية.
١٧	وصف المرسل بالخبرة والإطلاع وتجرده من الأهواء الشخصية.
١٨	وصف المرسل بالأمانة والاستقلالية.

م	المهارات الأساسية وإجراءاتها الفرعية
١٩	تحديد تأثير تقنيات الوسيلة على الرسالة.
٢٠	تحديد تأثير المحتوى إذا عُرض في وسائل أخرى.
٢١	تحديد الجمهور المستهدف من الرسالة.
٢٢	تحديد استهداف الرسالة لجمهور معين.
٢٣	تحديد هدف المرسل من الرسالة.
•	**مهارة التقييم:**
٢٤	يكون اتجاه أو رؤية عن الرسالة الإعلامية.
٢٥	تحديد مدى تأثره كمتلقي للرسالة الإعلامية.
٢٦	تحديد المستفيدين من الرسالة الإعلامية.
٢٧	تحديد الأهداف التي تحققت من الرسالة.
٢٨	تحديد ردود فعل الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية.
•	**مهارة التقويم:**
٢٩	ينتقد الرسالة الإعلامية نقدًا إيجابيًا.
٣٠	يُناقش ويتحاور حول مضمون الرسالة الإعلامية.
٣١	يجد البدائل اللازمة لمضمون الرسالة الإعلامية.
٣٢	يستثمر ايجابيات الرسالة الإعلامية.
رابعا: مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها	
٣٣	تحديد الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية.
٣٤	يستخدم اللغة الإعلامية أو الرموز المرتبطة بنوعية الرسالة الإعلامية لنقل المعنى.
٣٥	يستخدم الأدوات والوسائل التكنولوجية لإنتاج الرسالة.
٣٦	تعديل الرسالة الإعلامية بناءً على التغذية الراجعة.
•	**مهارة الطلاقة:**
٣٧	ينتُج رسائل إعلامية بطريقة متسلسلة مترابطة، لجذب انتباه واهتمام مستقبل الرسالة.
٣٨	يقترح للرسائل الإعلامية عناوين عديدة غير تقليدية.
•	**مهارة المرونة:**
٣٩	ينظُر إلى الرسائل الإعلامية من زوايا مختلفة.
٤٠	ينتُج عدد من الأفكار الإعلامية المرتبطة بموقف غير محدد بدقة.
•	**مهارة الأصالة:**
٤١	ينتُج رسائل إعلامية بطريقة غير مألوفة.
•	**مهارة التفاصيل:**
٤٢	يُضيف تفاصيل جديدة ومتنوعة لفكرة إعلامية ما بشكل دقيق.

م	المهارات الأساسية وإجراءاتها الفرعية
٤٣	يعرف كافة التفاصيل من عدة زوايا مكتملة.
٤٤	يدقق في إنتاج الرسالة الإعلامية بوضوح.
٤٥	يربط الأفكار الواردة في الرسالة الإعلامية.
•	**مهارة تجريد العناوين:**
٤٦	يُنظم المعلومات ووضع عناوين جديدة للأفكار المختلفة.
٤٧	يُعطي الموضوع حقه من المعالجة والتعبير.
•	**مهارة الحساسية للمشكلات:**
٤٨	يُدرك معنى الرسالة الإعلامية.
٤٩	يقف على نقاط الضعف لمضمون الرسالة الإعلامية.
•	**مهارة تحمل الغموض:**
٥٠	عدم التسرع لحل غموض الرسائل الإعلامية.
٥١	يحاول الإجابة على غموض الرسالة الإعلامية من خلال معلومات مألوفة أو حلول سابقة.
خامسا: مهارة مشاركة الرسائل الإعلامية	
•	**مهارة البحث:**
٥٢	يبحث عن المضامين الإعلامية بجميع أنواعها.
٥٣	يصل للمضامين الصحيحة.
٥٤	يصل إلي الملفات بصيغ عديدة.
٥٥	يبحث عن بالصور.
٥٦	يُميز بين المضامين الصحيحة والمضامين غير الصحيحة.
٥٧	ينتقل بين الروابط "Links".
•	**مهارة الاستقصاء:**
٥٨	تجميع المعلومات ذات المصداقية المرتبطة بموضوع الرسالة المنتجة.
٥٩	يستخدم المعلومات ذات المصداقية المرتبطة بموضوع الرسالة المنتجة.
•	**مهارة التوثيق:**
٦٠	يصل إلى المعلومات وتخزينها وحفظها.
٦١	يرجع إلى المعلومات المخزنة واستخدامها بسهولة ويسر.
٦٢	يشارك الملفات المخزنة واستخدامها بسهولة ويسر.

وتم تطبيق قائمة المهارات على (١٠) خبراء في الإعلام والإعلام التربوي؛ لبيان درجة أهمية مهارات التربية الإعلامية بالنسبة لطلاب الجامعة، وذلك وفقًا لتدرج ليكرت ثلاثي

الاستجابات وهي (مهمة جداً، مهمة، مهمة نسبيًا). وقد اتفق الخبراء على أهمية تعلم الأفراد خاصةً الطلاب لمهارات التربية الإعلامية وتطبيقها أثناء التعامل مع وسائل الإعلام.

٣. إستراتيجيات التربية الإعلامية:

تتعدد وجهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المُناسبة لتفعيل التربية الإعلامية. ففي الوقت الذي ينادي فيه البعض بضرورة أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية، وينادي البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مادة منفصلة (Jenkins, et al, 2006)، بينما ينادي فريق ثالث بتوظيف كلا المنهجين (CML: Center For Media Literacy, 2003) في هذا السياق قد حدد مركز التربية الإعلامية عشر استراتيجيات لتدريس الثقافة الإعلامية، أهمها: دمج التربية الإعلامية في المنهج، أو تقديم مقرر كامل في التربية الإعلامية، وتوظيف النموذج الاستقرائي (Inquiry Approach)، وتدريس مهارات التفكير الناقد، وتحليل البيئة الإعلامية، ودراسة وجهات النظر المختلفة، وغيرها. كما يقترح المركز استخدام نموذج التعلم النشط (Active Learning) الذي يبدأ بمرحلة الوعي بقضية مُعينة ثم التحليل ثم التعقيب أو التأمل وأخيرًا الاستجابة، ونتاج هذه النشاطات الأربعة هو الخبرة التي يكّونها الفرد.

وعلى نحو مختلف يقترح فريد (Freed, 2003) نموذجًا للتربية الإعلامية يتميز بالتركيز الكبير على مفهوم التفاعلية "Interactivity" الذي يُميز وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة؛ فالشبكات الرقمية المُعاصرة هي كونية الطابع خصوصًا مع التوسع في الشبكات التفاعلية الكونية واسعة النطاق "Broadband" التي تتيح للأفراد الانغماس "Immersion" في بيئات تفاعلية كونية؛ لذا فإن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية للبقاء دون فهم طبيعة وقوة التفاعلية نفسها، وأن الفرد المُثقف إعلاميًّا هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني؛ لذلك يُصبح الوعي الكوني "Global Sensibility" مُفتاح التربية الإعلامية، وهو ما يعني أن الحياة المُعاصرة تفاعلية. ويقترح لتحقيق فهم التفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية المُعاصرة نموذجًا أطلق عليه التربية الإعلامية العميقة "Deep Media Literacy"، **يتكون من ثلاثة مستويات هي:**

- مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية.

- مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية.
- تقدير التفاعلية الكونية.

٤. مداخل تطوير وتطبيق التربية الإعلامية:

تتضمن أدبيات التربية الإعلامية عددًا من المداخل التي تحكم عملية تنظيم تطبيق التربية الإعلامية وتتحدد في ضوئها كافة الجوانب التنفيذية لتصميم موضوعات التربية الإعلامية وتطبيقاتها ومجالاتها ووسائلها وطرق تقييمها، وقد تناولتها عدد من الدراسات والأدبيات بنوع من الخلط بين التنظير والتطبيق، للذلك يُمكن تقسيم هذه المداخل إلى:

- أولاً- المداخل الفلسفية:

للتمُكن من فهم ودراسة التربية الإعلامية بشكل أكثر عُمقًا لابد من طرح الرؤى التي تحكمها، ذلك من خلال فهم الأساس الفلسفي الذي يتحدد في ضوئه كافة الجوانب المنهجية التي ستتعرض لها الدراسة، ويتضح من أدبيات التربية الإعلامية أن هناك عدة مداخل تحكم تنظيم عملية التربية الإعلامية، وقد ظهرت تلك المداخل مع التطور التاريخي لمفهوم التربية الإعلامية، ووفقًا لرؤية القائمين عليها، وأهدافهم من نشر هذا المفهوم، وتعرض الدراسة الحالية مدخلين يُعدان أكثر المداخل رسوخًا ووضوحًا في الرؤية وهما: مدخل اعتدال التأثير، ومدخل الدراسات الثقافية، وهما ينبثقان من رؤية التعليم ذاته التقليدية والمتقدمة وكلٍ له فلسفته، ويجب التأكيد على أن تطبيق أحد المدخلين دون الآخر يحكمه بعض الأهداف المرتبطة بالسياسة العامة للدولة وسياسة التعليم، فلكل مدخل فلسفته وأهدافه ورؤيته لدور التربية الإعلامية ومناهجها، ونستعرض فيما يأتي كلاً من هذين المدخلين (سماح محمد، ٢٠١٠، ١٩٢-١٩٣)، (شريفة رحمة الله، ٢٠١٣، ٧٢-٧٣):

- المدخل الأول- مدخل اعتدال التأثير:

يُطلق علية أيضًا مدخل التحصين أو الحماية أو التدخل، وهو يُمثل مناهج التربية الإعلامية المُبكرة، ويُعد أحد المحاولات المُبكرة للاعتراف بأهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس، وقد ساد هذا المدخل مُنذ الستينيات حتى ثمانينيات القرن الماضي ليغلب على مناهج التربية الإعلامية الموجودة في ذلك الوقت بالمدارس، واشتقت فكرة هذا المدخل من البحث التقليدي في تأثيرات وسائل الإعلام وما يُصاحبها من قلق وإدانة لوسائل الإعلام، وإلقاء اللوم

عليها في العديد من مظاهر الخلل الاجتماعي، وأصبح هذا المدخل يُمثل جزءًا من برامج اليونسكو، ذلك عندما طالبت بضرورة إعادة توجيه النشء والشباب نتيجة قوة الرسائل المكتوبة والمسموعة والمصورة، وتحديد المهام التي يقوم بها التعليم حتى يستطيع أن يوفر الوسائل الضرورية لتحليل المعلومات وتفسيرها بطريقة ناقدة والتي تُبث من خلال وسائل الإعلام، وحتى تُكون لدى الطالب دراية بجوانبه الثقافية لتكنولوجيا الاتصال.

وهذا المدخل يقوم على افتراضين أساسيين: **أولهُما؛** أن لوسائل الإعلام العديد من التأثيرات التي تكون في أغلبها ضارة بالتنشئة السليمة للأطفال، **وثانيهُما؛** أن التدخل في نظام التعرُض يُمكن أن يُقلل من درجة هذه التأثيرات.

وينظر المدخل لوسائل الإعلام دائمًا بمنظور من الشك والريبة فيما تُقدمه والهدف من ورائه، حيث يرى هذا المدخل أن جمهور وسائل الإعلام عامةٍ والنشء خاصةٍ متلقون سلبيون لما يُقدَّم إليهم، وهم في حاجة إلى حماية في ظل تلقيهم ما يُعرض عليهم بتفكير بسيط وأقل عُمقًا لا يُمكّنُهُم من كشف ورؤية خدع وخفايا وسائل الإعلام، لذلك فإن مُهمة المُعلمين ودورهم في ضوء مدخل اعتدال التأثير ينصب في حماية الأطفال، وتحذيرهم من شرور وسائل الإعلام وبعض مخاطر مضامينها، وجهود المُعلم في ضوء هذا المدخل عُنصر أساسي، كونه المُهيمن على عملية التعليم، والمحرك الأول والأخير لكل جوانبها، ونتيجة التغيرات الحادثة في عملية التعليم والتعلم، أصبح هناك اعتراف لدى بعض التربويين بأن مدخل الحماية لا يصلح في ممارسة العملية التعليمية إزاء ما تعرضه وسائل الإعلام، خاصة عندما يتعلق الأمر بالمجالات التي تُعني بها التربية الإعلامية بشكل أساسي، وما يتعرض له الطُلاب في مجال ثقافتهم ومتعتهم الخاصة، فقد يميلون إلى مقاومة أو رفض ما يوجههم به المعلمون، ومن هنا ظهرت الحاجة إلي معرفة خبرة الشباب إزاء وسائل الإعلام، بدلاً من أن تبدأ العملية بتوجيه الأوامر من المُعلم (Ferguson, 1999, 257), (Divina, 2008, 173), (Buckingham, 1993, 22-28).

– المدخل الثاني- مدخل الدراسات الثقافية:

ساد مدخل الدراسات الثقافية حديثًا في مناهج التربية الإعلامية والذي يتفق مع التربية التقدمية التواصلية ويُعد تحديًا للأوضاع التقليدية للتعليم التي تعلو بالثقافة العُليا والمعرفة الأكاديمية النظرية البحتة كمعرفة صحيحة يتلقاها المعلم لينقلها ويلقنها لطلابه. فالمنظور الفلسفي لهذا المدخل يؤكد على أن الطلاب يمتلكون خبرات مع وسائل الإعلام بما يُمثله ذلك من جوانب

ثقافية شائعة لديهم (Buckingham, 1993, 29)، ويسمى هذا المدخل بـ "مدخل الشُهرة" نتيجة لتركيزه على النصوص الإعلامية الأكثر شُهرة وشعبية لدى الطلاب، كما يُطلق علية أحيانا "مدخل الصفوة أو النخبة" وفقًا لما يراه الكثير من المُعلمين الرافضين له لارتباطه بكثير من المخاطر، وتركيزه على الجوانب الثقافية والوجدانية كونه يُعد مدخلاً غير مُنتج من وجهة نظر المُتمسكين بالتعليم بشكله التقليدي، وقد مر هذا المدخل بعدة مراحل غيرت من المُمارسات الخاطئة له واستقرت أُسسه التي اعتمد عليها فيما بعد (Masterman, 1990, 391-392).

فرواد هذا المدخل لديهم منظور إيجابي ومبهج تجاه وسائل الإعلام ينبع جزئيًا من قدرتها الظاهرة على أن تخرج الناس من بعض ما يُصيبهم من ضيق وملل يواجههم في حياتهم اليومية. فهم يرون أن استعمال الطلاب لوسائل الإعلام والتعرض لما تُقدمه له جانب من السعادة والمتعة لا يُمكن إغفاله، وبالتالي يجب الاهتمام بالجوانب الوجدانية بجانب الجوانب المعرفية، ومدخل الدراسات الثقافية يقوم على رؤية ما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام في إطار إيجابي بعيدًا عن الحكُم علية فقط في حدود النص الإعلامي، وبالتالي تمتد النظرة إليه لمجال أوسع يرتبط بالتحليل الناقد له وفهم ما وراءه من قضايا، فهو يسعى لتمكين الطُلاب من بناء معان مختارة منتقاة لحياتهم عبر استهلاكهم لمختلف الأشكال الإعلامية حتى السيئ منها، بمعنى تمكينهم لكي يكونوا مشاهدين وقراء ومستمعين ناقدين واعيين لا يمكن خداعهم للتفكير في شئ هم لا يريدون التفكير فيه، بالتالي تنمية قُدراتهم في أساليب الاستقصاء والتحليل والنقد للنصوص الإعلامية ليتمكن معها الطلاب من الوصول إلى المعاني الحقيقية للرسائل الإعلامية، بالإضافة إلى إثراء جوانب الاستماع والمتعة التي قد يحصلون عليها، فيتعلمون المزيد من المعارف ويُصبح باستطاعتهم إنتاج المعرفة الخاصة بهم (Masterman, 1990, 391-392) (Ferguson, 1999, 257) (Buckingham, 1993, 224) (Ladislaus, 2000, 20).

– المدخل الثالث- مدخل التمكين:

يرى Ferguson (1999, 257-258) أن كلا المدخلين خاطئ وغير مبررًا تربويًا، خاصةً مع التمسك بهدف مقاومة تأثيرات الإعلام كما هو واضح في مدخل اعتدال التأثير. فمهمة التربية الإعلامية ليست حماية وإنقاذ الطلاب من شرور وسائل الإعلام وليست مُهمة المُعلم تبطين عقول الطلاب ببطانة تحفظهم بعيدًا عن شرور وسائل الإعلام، فهي ليست نقدًا وإدانة بدون الفهم، فالنظر دائمًا للسيئ يُقدم نشاطًا مُدمرًا وهادمًا، كما أن التربية الإعلامية ليست مدحًا لتجربة الفرد السعيد والسارة مع وسائل الإعلام، بالتالي فالخلاف الفلسفي بين المدخلين يتضح

في أن مدخل اعتدال التأثير لديه ميل لرؤية السيئ فقط، ويرى المتبنون له أن لديهم هدفًا أخلاقيًا عالي الدرجة، وأن عليهم حماية عقول الطلاب مهما كان الثمن، أما مدخل الدراسات الثقافية لدية ميل لرؤية الجيد فقط ويسعى مؤيدوه للربط بين الصغار والاستمتاع بما يتعرضون له في وسائل الإعلام.

ويجب أن يُنظر إلى التربية الإعلامية بمنظور المدخل الشامل الجامع لمميزات كلا المدخلين، ويتحقق ذلك بمُعالجة أوجه النقد المقدم للمدخلين.

- **ثانيًا- المداخل المنهجية:**

هي المداخل التي يتم من خلالها تصميم منهج التربية الإعلامية وكيفية إدراجه ضمن المناهج الدراسية الأخرى: (بدر الصالح، ٢٠٠٩)، و(سماح الدسوقي، ٢٠١٠)، و(محمد عبد الحميد، ٢٠١٢).

- **المدخل الأول- مدخل المنهج التكاملي للتربية الإعلامية:**

هو منظور تنظيمي للتربية الإعلامية داخل القاعات الدراسية يُقصد به تكامل التربية الإعلامية مع المناهج الدراسية الأخرى؛ وذلك من خلال دمج موضوعاتها وأنشطتها وتطبيقاتها مع المناهج الأخرى، بحيث تكون التربية الإعلامية عنصرًا من عناصر كل منهج من المناهج الدراسية ويكون محتوى التربية الإعلامية وتطبيقاتها العملية والنشاط الميداني جزءًا من أجزاء المنهج بأسلوب مخطط ومنظم، كما يتم توجيه مُعظم ساعات النشاط إلى التربية الإعلامية في التقديم والعرض والإنتاج ومن خلال الهوايات الشخصية، ومنها: التصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني، برامج الكمبيوتر الخاصة بالصوت والصورة، وغيرها، ويتناول المعلمون موضوعات التربية الإعلامية في سياق الأحداث والوقائع الجارية؛ بحيث تكون ذات معنى في سياق المنهج وليست مُجرد عنصر دخيل على المنهج الدراسي، وقد انبثق هذا المدخل من تلك المبادرات الأولية للتربية الإعلامية التي وجد أنها تبلورت عبر المناهج الدراسية من خلال مُعلمين متحمسين رأوا أن بإمكانهم طرح كثير من الموضوعات المُتعلقة بالإعلام وربطها بمناهجهم الدراسية.

- **المدخل الثاني- المواد الدراسية المتكاملة مع التربية الإعلامية:**

هي المواد الدراسية التي يم إحداث تكامل بينها وبين التربية الإعلامية وأهدافها وموضوعاتها بدرجة ما، وهذا المدخل هو المدخل الذي تُطبقه غالبية الدول التي أدرجت التربية الإعلامية ضمن خططها الدراسية، ومن تلك المواد التي تم التكامل معها (اللغات – الأداب – الفنون – الدراسات الاجتماعية).

- **المدخل الثالث- تدريس التربية الإعلامية كمنهج مستقل:**

هو أحدث المداخل التطبيقية للتربية الإعلامية، الذي يُركز على التحليل والإنتاج معًا من خلال تدريس مهارات الإعلام وتقنياته وكيفية استقباله والاستجابة له، وهو الاتجاه الذي تُطبقه مجموعة المستوى الأول في تصنيف مؤتمر (تولوز، ١٩٩٠) حيث تدعم المنهج المُستقل للتربية الإعلامية على المستوى الوطني والإقليمي ببرامج تدريب المعلمين على المستوى الجامعي لتعطي شهادة في التربية مع تخصص محدد في الدراسات الإعلامية، إضافة لدعم المُعلمين ببرامج تنمية مهنية ودورات صيفية تمكنهم من تطوير معارفهم ومهاراتهم في هذا المجال .

وفي حين يرى مؤيدو هذا الاتجاه أنه عاملا مشجعا للتعبير الشخصي والحصانة الثقافية ، ينتقده معارضوه لتركيزه على تعليم (الإنتاج) الذي قد يدفع المُتعلمين لأكثر من الانشغال بالجانب النقدي للثقافة الجماهيرية، لكن الدراسات تشير إلى أن المُتعلمين لا يحتاجون لمن يعلمهم الإنتاج الإعلامي بل أنهم بحاجة لترشيد خبراتهم في الإنتاج.

٥. اتجاهات تعليم التربية الإعلامية:

حدد مكتب التربية العربي لدول الخليج (٢٠١٣، ١١٦) اتجاهات تعليم التربية الإعلامية؛ على النحو التالي: **الاتجاه الأول؛** هو استخدام التربية الإعلامية في العملية التعليمية في كافة مستوياتها، **الاتجاه الثاني؛** يقوم على دمج التربية الإعلامية في المناهج أو تقديمها كمُقررات مُستقلة أو اختيارية أو كجزءٍ من النشاطات اللاصفية، **الاتجاه الثالث؛** يُنادي بتقديم التربية الإعلامية خارج التعليم الرسمي، في الأندية ومراكز الترفيه، **الاتجاه الرابع؛** بث التربية الإعلامية في آليات وبرامج التعليم من بُعد من خلال الإنترنت والدوائر التلفزيونية المُغلقة،

الاتجاه الخامس؛ تضمين التربية الإعلامية في برامج التعليم مدى الحياة من خلال الإعلام بصورة عامة.

٦. المُناظرات السبع للتربية الإعلامية:

حدد Sonia (2004, 4-5) مُناظرات سبع تؤثر بشكل كبير في كيفية تصميم مناهج التربية الإعلامية، وهي تُعد نقاط خلاف في المُجتمع حول التربية الإعلامية، **وهذه المُناظرات تدور حول النقاط التالية:**

- يجب أن يكون الجمهور محميًا من وسائل الإعلام.
- ينبغي أن نستخدم النصوص الشعبية في التربية الإعلامية.
- يجب أن يكون هناك عنصر الإنتاج في منهج التربية الإعلامية.
- يجب إدراك الأفكار والأنشطة السياسية في منهج التربية الإعلامية.
- ينبغي أن يتعلم الطلاب التربية الإعلامية في المراحل الدراسية الأولى لهم.
- يجب أن تكون التربية الإعلامية مناهج مُستقلة أو مُدمجة مع المناهج الحالية.

٧. نماذج التربية الإعلامية:

بدراسة وتحليل الأدبيات والدراسات المُرتبطة التي تناولت نماذج التربية الإعلامية، وجد أن هُناك نوعين من النماذج التي أعتمدت في بنائها على البناء التكامُلي للتربية الإعلامية. **ويُمكن تقسيم تلك النماذج إلى:**

نماذج أساسية: ومنها النماذج التي جمعت بين الجماليات والثقافة الاجتماعية، مثل نموذج: (Usov, 1989; 1998)، (Penzin, 1987)، (Baranov, 2002)، ونماذج دمجت بين الجماليات والمعلومات والتربية الأخلاقية، مثل نموذج: (Bazalgette, 1989)، ونماذج جمعت بين المعلومات والبرجماتية، مثل نموذج: (Silverblatt, 2001)، (Fedorov, et al, 2001).

نماذج فرعية: هي نماذج فرعية قد جمعت بين النماذج الاساسية، ومنها نموذج كل من: فهد الشميمري (٢٠١٠)، ونموذج أحمد جمال (٢٠١٥).

وفيما يلي عرض لهذه النماذج بشئ من التفصيل:

أولاً- النماذج الأساسية:

توجد العديد من النماذج الأساسية، وفيما يأتي أكثرها شيوعًا:

– **النموذج الأول- الجمع بين نماذج الجماليات والثقافة الاجتماعية:** قام هذا النموذج على أساسي فكري، جمع بين نظريات الجمال والدراسات الثقافية للتعليم الإعلامي. ويُمكن تطبيق هذا هذا النموذج في كافة أنواع المؤسسات التعليمية والأندية، **كما يهدف هذا النموذج لتحقيق عدة أهداف، منها:**

- تنمية التذوق الجمالي والبصري والصوتي والعاطفي والفكري.
- تنشيط أنواع عديدة من طرق التفكير (التخيلي– المنطقي– الخلاق –الرابط).
- إكساب مهارات الإدراك والتفكير والتحليل والتفسير والتقييم الجمالي للنص الإعلامي.
- تحقيق الاتصالات الشفوية وتحليل المعلومات الجديدة والسعي للفنون والنشاط الإبداعي.
- تعلُم مهارات نقل المعلومات في الفصول والانطباعات عن الصور المُختلفة للفنون والبيئة بمُساعدة تقنية المعلومات المُتعددة الوسائط "multimedia" وإدماج التربية الإعلامية في الدراسة والمناهج خارج المقررات وأنشطة أوقات الفراغ للطلاب؛ **حيث يُمكن تمييز أربع نشاطات، كالتالي:**
  - تعلم فنون الإعلام وقواعد عملها في الحياة الاجتماعية.
  - البحث عن رسالة في نص إعلامي عبر المكان والزمان في صورة قصة.
  - تفسير وتقيم النتائج والقيم الجمالية للنص.
  - نشاط فني إبداعي يقوم به الطلاب.

ويتكون هذا النموذج من عدة أقسام تحتوى على بناء تكامُلي للتربية الإعلامية، وذلك بناء على الأفكار الرئيسة المذكورة أعلاه، وهي:

- مُقدمة في التربية الإعلامية: تعريف ونص إعلامي والمعايير الرئيسة للتقييم وعملية تكوين النص الإعلامي.
- الواقع في التربية الإعلامية، منها: وسائل تكوين الصور وثقافة، وسائل الإعلام، ونماذج تنميتها.

- تقنيات الاتصالات ورسم صور لنماذج وعي الإنسان وكيف يتصور الإنسان العالم من حوله.
- الإنسان والبيئة وفضاء المعلومات والتفسير من خلال الكلمة والموسيقى والصورة.
- الألفية الرقمية: خصائص المجتمع الرقمي وتأثير الإعلام الحديث واستخدامات القدرات الكامنة لتقنية الاتصالات.

– **النموذج الثاني- تنمية التذوق الجمالي والبصري والصوتي والعاطفي والفكري:** قام هذا النموذج على أساسي فكري، جمع بين الجماليات بالمعلومات والتربية الأخلاقية؛ أي الجمع بين النظريات الجمالية والأخلاقية للثقافة الإعلامية دون تحديد نظرية معينة. ويُمكن تطبيق هذا النموذج في الجامعات والأندية ومراكز التعليم الإضافية والثقافية المتكاملة، **كما يهدف هذا النموذج لتحقيق عدة أهداف، منها:**

- تربية مواطن ملتزم أخلاقيًا.
- تنمية الشخصية على أساس نصوص الإعلام الفني واكتساب التذوق الجمالي الرفيع والوعي بالفكر الخيالي وإدراك أن الإعلام بناء فني وليس انعكاسا للواقع.
- تفهم الحاجة لدراسة الفنون والقدرة على تفسير النصوص الإعلامية والاهتمام بتاريخ الإعلام.
- القُدرة على تفسير عناصر النصوص الإعلامية ولغتها.
- التدرب على المهارات البصرية والتأمل بعد المشاهدة.
- التربية على تذوق الجماليات الرفيعة.
- الحاجة الثقافية للتواصل مع الفن الجاد بدلاً من الرخيص.
- التنمية الأخلاقية للجمهور والقيم والمبادئ الثابتة.
- التطبيق: يدمج التعليم الإعلامي في المدارس والمناهج الخارجية الإضافية ونشاطات أوقات الفراغ للطلاب من خلال تفسير النصوص الإعلامية والإبداع والنشاط الفني.

ويتكون هذا النموذج من عدة أقسام تحتوى على بناء تكامُلي للتربية الإعلامية، وذلك بناءً على الأفكار الرئيسة المذكورة أعلاه، وهي:

- مُقدمة في الجماليات ودراسة الفنون خاصة الفيلم وتاريخ التصوير السينمائي والإدراك الجمالي لآي فيلم.
- مجالات عملية تطبيقية ونظرية.
- تحدى المشاكل في البحوث الحديثة.

– **النموذج الثالث - جمع المعلومات بالبرجماتية:** ويعمل هذا النموذج على تحليل للشخصيات فيوسائل الإعلام وتنمية المعرفة بالتربية الإعلامية، والمهارات الاتصالية الإبداعية، والفكر النقدي ومهارات الإدراك الكاملة والتفسير والتحليل، وتقييم النصوص الإعلامية والتدرب على التعلم الذاتي باستخدام تقنية الإعلام. وتؤدى المعرفة المكتسبة إلى مساعدة الفرد على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بصورة كفؤة والمساهمة في الرؤية الناقدة للغة الإعلام. وقد قام هذا النموذج على أساسي فكري، جمع بين نظرية الثقافة الاجتماعية، وعناصر الفكر النقدي، ونظرية علم الأدلة، والأخلاق والدراسات الثقافية والبيئية، وأساس النظرية الثقافية الاجتماعية، يتمثل في أن: تطوير الإعلام يلزم ضرورة التدريب المهني الخاص بوسائل الإعلام الجديدة، هناك حاجة لتعلم لغة الإعلام لنقده والتحدث للجمهور، المُجتمع يدرك تصاعد وأهمية دو الإعلام ولذلك من المهم تدريس الثقافة الإعلامية. ويُمكن تطبيق هذا النموذج في للتعليم ما قبل الجامعي أو في مقررات طويلة ومعاهد تأهيل المعلمين والمعاهد المُختلفة، **كما يهدف هذا النموذج لتحقيق عدة أهداف، منها:**

- التنمية الثقافية الاجتماعية للشخصية ومهارات التفكير النقدي.
- شرح الأفكار الأساسية للنظريات الإعلامية.
- تنمية الإدراك وتفهم النصوص الإعلامية.
- تنمية مهارات التحليل والتفسير والتقييم للنصوص الإعلامية المختلفة والتفكير النقدي للجمهور
- تنمية المهارات الاتصالية.
- التدرب على تطبيق المعرفة الإعلامية الجديدة لإنتاج نصوص إعلامية من مختلف الأشكال.
- استخدام أسلوب المحاكاة في الأدب والمسرح والفن في شرح الأفكار.

ثانيًا- النماذج الفرعية:

توجد العديد من النماذج الفرعية والتي قد جمعت بين النماذج الاساسية، **من أبرزها، ما يلي:**

- **النموذج الأول- نموذج فهد الشميمري للتربية الإعلامية:** قام هذا النموذج على أساسي فكري، هو التمثيل النظري المبسط للعالم الحقيقي أو لعملية ما، وهو طريقة مفيدة للتفكير، لأنه وصف واضح يُتيح لنا النظر إلى الأجزاء الرئيسية بدون أن يغطيها غموض التفصيلات، وهو يلعب دورًا هامًا في صياغة النظرية فيما بعد. كما يُقدم النموذج وظائف عدة، اهمها الوظيفة التنظيمية، وهي تتمثل في مقدرة النموذج على تنظيم المعلومات وربطها، وإظهار أوجه التشابه والعلاقات بين البيانات، كما تقوم النماذج بالوظيفة التنبوئية، والوظيفة الموجهة لتشجيع القيام بالأبحاث والدراسات، وكذلك وظيفة القياس، ووظيفة التحكم.

والشكل التالي يوضح نموذج فهد مُختصرًا.

المدخلات	المعالجة والأدوات *	النتائج والمخرجات
الأساسيات	من ؟	اختيار
التأثير	يقول ماذا ؟	تواصل
الحقوق والواجبات	بأية وسيلة ؟	مشاركة
التفكير الناقد	لمن ؟	إنتاج
الفعل الإيجابي	باي تأثير ؟	

* بالاستناد إلى نموذج (لازويل ١٩٤٨) .

شكل (١٠) نموذج فهد مُختصرًا

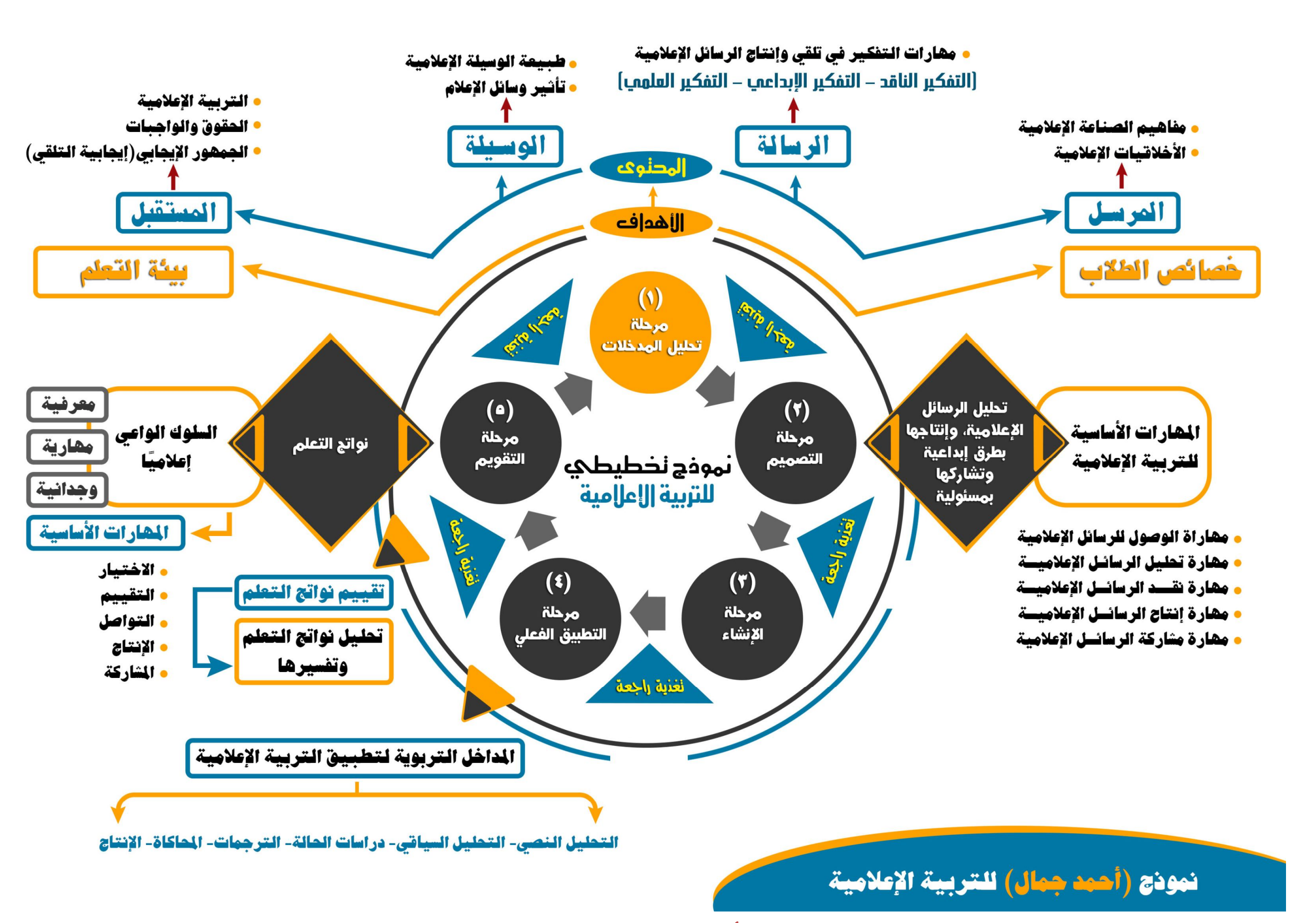
- **النموذج الثاني- نموذج أحمد جمال للتربية الإعلامية:** قام هذا النموذج على أساسي فكري، هو الجمع بين النماذج الأساسية للتربية الإعلامية بوصفها نقطة ارتكاز لبناء النماذج الخاصة بمجال التربية الإعلامية، ونموذج فهد بوصفة نموذج فرعي، كما أعتمد النموذج في بنائة وتصميمة على نموذج التصميم التعليمي (ADDIE Model). ويُمكن تطبيق هذا النموذج في المؤسسات التعليمية من الروضة للجامعة **–مع أختلاف بعض من البناء المعرفي والمهاري مع اختلاف المرحلة العمرية-** ويُمكن تطبيقة خارج المؤسسات التعليمية، **كما يهدف هذا النموذج إلى: تحديد المهارات اللازمة لتحليل ونقد المضامين الإعلاميـة، وتطـوير المُشـاركة في الثقافـة**

الإعلامية عبر بث روح المبادرة في التأثير؛ من خلال إنتاج مضامين إعلامية مسئولة ومشـــاركتها.

وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

- إلمام الأفراد بالمفاهيم الأساسية للصناعة الإعلامية.
- إكساب الأفراد الأخلاقيات الإعلامية.
- معرفة الأفراد بمهارات التفكير في تلقي المضامين الإعلامية وإنتاجها.
- تمكين الأفراد من معرفة طبيعة الوسيلة الإعلامية.
- إدراك الأفراد لتأثيرات وسائل الإعلام.
- تزويد الأفراد بالمفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية.
- إدراك الأفراد بحقوق وواجبات المتلقي.
- تنمية قدرات الأفراد لجعلهم مُتلقيين إيجابيين.

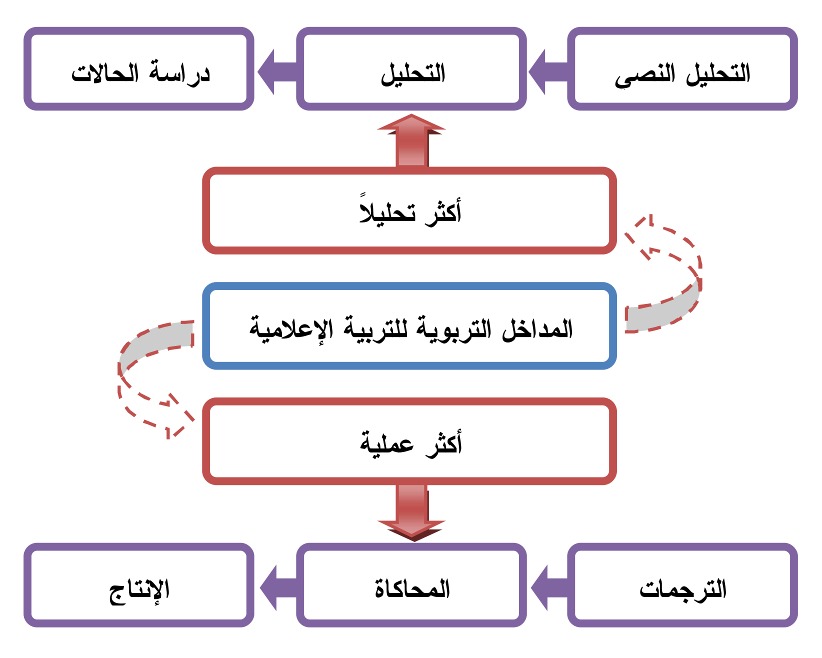
والشكل التالي يوضح نموذج أحمد جمال.



شكل (١١) نموذج أحمد جمال للتربية الإعلامية

٨. المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية:

تناوَل كتاب "التربية الإعلامية: دليل للمدرسين والطلبة والوالدَين والمحترفين" لمؤلفه دافينا فراو، ومايغز، والذي قام بترجمته إلى اللغة العربية الفلسطيني عارف أحمرو (٢٠٠٨، ٣٦-٤٣)، المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية أثناء تطبيق البرامج والنماذج، وهى: التحليل النصي، والتحليل السيّاقي، ودراسة الحالات، والترجمات، والمحاكاة، والإنتاج، والشكل التالي يوضح تلك المداخل:



شكل (١٢) المداخل التربوية للتربية الإعلامية

ويتم تناول المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية بشئ من التفصيل، على النحو التالي:

– **التحليل النصي:** يوفِّر عمقًا؛ حيث يعنى جعل المألوف غريبًا، أى تناول شىء قد يعرفه الأفرادحقّ العِلْم، ويُطلب منهم أن ينظروا بإمعان إلى الطريقة التى يتمّ تجميعه بها، والتفكير في سبب وضعه بتلك الطريقة. وفى هذا السياق سيدرك الأفراد أن النصوص المرئية والنصوص المسموعة – المرئية يجب "قراءتها" كما تُقْرَأ النصوص الأخرى.

ويبدأ التحليل النصي عامة "بالتوصيف"؛ حيث يُطلب من الأفراد أن يُحددوا قائمة بكل ما يمكن أن يَرَوْه ويَسْمَعوه فى النص. ثم ينتقلون إلى المرحلة الثانية وهى: دراسة معنى النص،

وأخيرًا: يمكن تشجيع المبحوثين على إصدار أحكام على النص كَكُلّ. فالتحليل النصي يؤدّى بالأفراد إلى اكتساب مفردات مُتخصصة دقيقة تصف. على سبيل المثال: الأنواع المُختلفة لزوايا الكاميرا أو انتقال اللقطات. ومع ذلك؛ فإن من الأهمية بمكان ألاَّ يتحوّل هذا التحليل إلى عملية آلية؛ فيجب أن يتواءم مع العمليات الأخرى، ويجب أن يكون التحليل النصي أيضًا بُعْدٌ عمليّ؛ فهو يبدو أَشْبَه بتعليم قواعد النحو والصرف، لا يُمكن الاستفادة منه إلا فى إطار سياق نص حقيقى.

– **التحليل السياقي:** يحلَّل السياق عن طريق إخراج النصوص من السياقات التى تكون فيها عادة، أى جعل المألوف غريبًا، فمن خلال النظر فى "السياق" يُمكننا فهم الارتباط بين أنواع معيَّنة من لغة الإعلام ومفهومين أساسيَّيْن، يتمثلان في: الإنتاج والجمهور.

ومن الأسلوب المُفيد في هذا المجال تشجيع الأطفال على التركيز على عناصر النص التى قد يتجاهلونها عادةً، مثل افتتاحيات أفلام وخواتيمها؛ فهى تُقدّم معلومات مُهمة عن استهداف النص جمهورًا مُعَيَّنًا، والأدوار المُختلفة في عملية الإنتاج.

أما العناوين والإعلانات فى التليفزيون فتُستعمل في التعريف بالبرنامج و"بَيْعِه" لدى الجمهور المقصود، وقد تقدِّم مُلخّصًا دقيقًا لأهم "الجوانب الجذَّابة" فى البرنامج لدى الجمهور، وهو ما قد يشمل الشخصيات والظروف والمشاهد والأماكن أو المواضيع المعهودة التى يدور البرنامج حولها. ويمكن للتحليل السياقي المفصل للموسيقى -مثلاً- أن يكشف الكثير عن افتراضات المنتجين عن جمهورهم، ويتضمن العنوان - كما تتضمن التنويهات النهائية عن المشاركين أيضًا- معلومات عن إعداد النّص، والشركات التى تملك البرنامج وتوزِّعه، والأدوار المُختلفة فى عملية الإنتاج وما إلى ذلك. ويجب تنبيه الأطفال إلى الطرق التى تتعمد الشركات بها إثارة ضجة وجدل كى تبيع منتجاتها. ولا بُدَّ أن تعمل أنشطة التربية الإعلامية على تمكين الأطفال من تنمية إدراكهم للدوافع الاقتصادية التى تقف وراء الصناعات الإعلامية، وإدراكهم للطبيعة التنافسية والخطرة عادةً للأعمال التجارية. كما يعمل التحليل السياقي على أن يُدرك الفرد أن النصوص الإعلامية لا تظهر ببساطة من مكان مجهول، لكن الترويج والتسويق جانبان لهما أهمية حاسمة فى الوسائل التى تجد النصوص بها الجماهيرَ المطلوبة.

– **دراسات الحالة:** يتم تشجيع الأفراد على إجراء بحث مُتعمق في موضوع إعلامي من أختياره.، ويُركز أبسط نوع من دراسات الحالة على إنتاج تسويق واستهلاك نص مُحدد، وإلى حد ما يُعد هذا امتدادًا لمدخل التحليل السياقي. فقد يُركز الأفراد على إطلاق عرض تليفزيوني جديد، او حملة إعلانات، على سبيل المثال؛ قد يجمع الطلاب المعلومات من هذا النوع المُحدد للمضامين الإعلامية وترتيبها والحديث عنها.

النوع الثاني من دراسات الحالة يتضمن بحثًا إعلاميًا مُستعرضًا لقضية مُحددة، على سبيل المثال؛ قد يختار فرد دراسة استخدام الحيوانات في الإعلان، وذلك باختيار بعض المضامين الإعلانية بأختيار أمثلة مُحددة للدراسة الدقيقة باستخدام الصحافة التُجارية، وبحث استجابة الجمهور ، والتشاور مع جماعات الضغط ذات الصله. وقد يختار الطلاب التركيز على التغطية الإعلامية لحدث ما، مثل: الانتخابات أو الأحداث الرياضية، فيُمكن للفرد دراسة كيف توزع الأحداث، حسب كل وسيلة إعلامية. أما النوع الثالث فيتمثل في البحث في جمهور وسائل الإعلام.

– **الترجمات:** يقتضى الأسلوب التحويلى من الأفراد أن يدقِّقوا في طريقة مُعالجة مسألة مُعيّنة في وسيلتين مُختلفتين من وسائل الإعلام أو لدى جمهورَيْن مُختلفَيْن، وقد يقتضى هذا دراسة مُقارنة الكيفية التى عُولج بها موضوع معيّن في شكلين أحدهما خيالى والآخر واقعى. ويُمكن للطلبة أن ينظروا بطريقة مُنسقة في العناصر التى لا تتغير في الحالتين، والعناصر التي تتغير، والأهم هو بيان سبب حدوث ذلك. وفي هذا السّياق، سينظر للأفراد فى الكيفية التى تم من خلالها تناول الأفكار بطُرق مُختلفة في الأسلوب والشكل. والشق العملي المرتبط بعملية التحويل يتضح فى محاولة الأفراد تحويل نص من وسيلة إعلامية إلى وسيلة أخرى.

– **المُحاكاة:** أسلوب شائع جدًّا فى التربية الإعلامية. والمُحاكاة ضرب من لعب الأدوار، وهي تشتمل على وضع الأفراد فى موضع المنتِجين الإعلاميين، وإنْ يكن بطريقة خيالية أساسًا. وتُعَدُّ المحاكاة مفيدة عمليًّا في مُعالجة المسائل المُتعلقة بالإنتاج، من قبيل أدوار الإنتاج وعملياته ضمن الصناعات الإعلامية، والكيفية التى يوازن المنتجون الإعلاميون بها بين القيود المالية والتقنية والمؤسساتية في عملهم.ولا تحتاج عمليات المُحاكاة بالضرورة إلى أن تَبْلُغ مرحلة الإنتاج ذاتها، لذا يُمكن أن يُطلب من الأطفال أن يقوموا بدور مُعِدِّى برامج تليفزيونية يقدّمون مقترحات إلى إذاعة أو محطة تليفزيون لسلسلة جديدة بأسلوب معين.

– **الإنتاج:** تعمل التربية الإعلامية على الربط بين قراءة وسائل الإعلام وكتابتها، وتشكِّل عملية الإنتاج عنصر "الكتابة"؛ فقد أثبتت الأبحاث الحديثة أن استخدام الأفراد خاصة النشء أنماطًا وأساليب إعلامية يدل على مدى الفهم الواضح "للغة الإعلامية". ولقد عمل ظهور التكنولوجيا الرقمية على إيجاد فرص جديدة مُهمة في هذا المجال، مثل استخدام الكاميرات الرقمية والتحرير الرقمي وبرامج تعديل الصور. كما يمكن للأفراد عن طريق المهارات التقليدية كاللعب والاستكشاف أن يجعلوا معرفتهم "السلبيّة" - أو غير الواعية بلُغَة الإعلام التي اكتسبوها كمتلقين - معرفة "فاعلة " وواعية. وتوفِّر هذه التقنيات أيضًا فرصًا جديدة للتأمل والتفكير. فتبادُل العمل الإنتاجي عن طريق الإنترنت، ومعرفة ردود الفعل من جماهير حقيقية، يمكن أن يساعد الأفراد على تقييم ما أنجزوه بطريقة مدروسة جدًّا.

٩. معوقات تطبيق التربية الإعلامية:

بالرغم من أهمية التربية الإعلامية للجمهور بشكل عام، والنشء والشباب بوجه خاص، إلا أنه توجد العديد من المعوقات التي تحول دون تطبيقها بنجاح وفاعلية، ويُمكن إيجازها فيما يلي:

– عدم الإيمان الحقيقي بقيمة التربية الإعلامية سواء داخل المدرسة أو الأسرة، وعدم قدرة المُعلمين على تنظيمها تنظيمًا منهجيًا يؤدي إلى تحقيق أهدافها، والتباين الشديد بين الثقافة المدرسية والثقافة التي تروجها وسائل الإعلام (محمد بن شحات، ٢٠٠٧، ٥).

– رفض مُعظم القائمين على أمور التعليم استخدام وسائل الإعلام داخل المدرسة، وعدم تشجيع المُعلمين للطلبة على التفكير الناقد فيما تُقدمه وسائل الإعلام، وعدم إعطائهم الفُرصة للتعبير عن وجهات نظرهم لما يشاهدوه ويسمعوه، فما زال المعلمون ينظرون لوسائل الإعلام على أنها قوة مُفسدة للشباب والأطفال (jollen, 2011, 129-130)، في حين أن وسائل الإعلام بإمكانها أن تُكمل الدور التربوي للمؤسسات التعليمية، فما زالت العلاقة بين الطرفين - التربويون والإعلاميون - غير تكاملية، مما أثر بالسلب على الطلبة الذين سريعًا ما تتلقاهم وسائل الإعلام خاصة مواقع الشبكات الاجتماعية بعد انتهاء اليوم الدراسي، مما جعل الطلبة يعيشون حالة من الانفصام، مما يؤثر سلبًا في علاقتهم بكل من المؤسسة التربوية والإعلامية (فايزة بنت محمد، ٢٠٠٧، ٢).

– عدم اقتناع المُعلمين بإدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، واعتقادهم بأن التربية الإعلامية تُمثل رفاهية وليست لها أهمية (سعيد بن عبد الله، ٢٠٠٧، ٧)، فما زال عدد كبير من المُعلمين لا يعرفون ماذا تعني التربية الإعلامية؟ وما هى أسسها؟ (لمياء توفيق، ٢٠٠٤، ٣)، بالإضافة إلى عدم تحمسهم لإضافة مواد أخرى على الجدول الدراسي المُتكدس.

– وجود معوقات بشأن تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، حيث تُثار العديد من الإشكاليات والأسئلة في هذا الصدد، فهل تُخصص مادة مُستقلة بمسمى منهج التربية الإعلامية؟ أم يتم تضمين التربية الإعلامية بشكل تكاملي مع المناهج القائمة؟ أم تُخصص وحدات ضمن المناهج يتم فيها تناول مبادئ التربية الإعلامية؟ فالأمر بحاجة إلى المزيد من إجراء الأبحاث والدراسات العلمية لتحديد المدخل المُناسب، بالإضافة إلى أن الأمر يحتاج إلى إعادة النظر في برامج إعداد المُعلمين قبل العمل، وكذلك البرامج التدريبية لهم أثناء الخدمة (حسن بن عايل، ٢٠٠٧، ٥).

– عدم تفهم الطلبة للتربية الإعلامية من حيث جوهرها وأسسها، وشعورهم بأنها مادة غير أساسية وغير هامة، لذا يجب على كل من المُعلمين والوالدين تنمية وعي النشء والشباب بأهمية التربية الإعلامية، ودفعهم إلى مُمارسة التفكير الناقد في تعاملهم مع المضامين الإعلامية.

– عدم إيمان الوالدين بجدوى التربية الإعلامية لأبنائهم، في حين يفترض منهم أن يمارسوا دورًا أكثر فعالية (Masterman, 1995, 55-57)، خاصة في هذا العصر الذي يتسم بثورة هائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث الفضائيات التي ليس لها حصر، والإنترنت الذى صاحبه ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، وتزداد خطورة هذه الثورة في ظل غياب القواعد والضوابط التي يجب على الوالدين وضعها لأبنائهم عند تعرضهم لوسائل الإعلام (Victor ,et el 2002, 7).

– إحساس الكثير من المُربيين بالعجز في السيطرة والتأثير على المؤسسات الإعلامية التي تُقدم مضامين سيئة وغير مسئولة اجتماعيًا، وعدم قُدرتهم على مُراقبة هذه المؤسسات وإلزامها بتبني المسئولية الاجتماعية لما تُقدمه من مضامين.

الفصل الخامس

دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية

دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية

- مجموعة من الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية منذ عامي (١٩٨٠ : ٢٠١٥).

الاتجاهات العامة للدراسات العلمية التي تناولت موضوع التربية الإعلامية

- التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية
- التربية الإعلامية للجميع مدى الحياة
- تنمية مهارات تحليل ونقد المضامين الإعلامية لدى الجمهور
- تنمية مهارات إنتاج مضامين إعلامية إبداعية مسئولة

دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية

برزت الجهود البحثية في مجال التربية الإعلامية من خلال باحثين في مجالات عـدة، منها علوم: التربية والاتصال والاجتماع والنفس، لتُقدم إضافات نوعية في الإجابة على التساؤلات والتحديات التي فرضتها التطورات المتلاحقة في مجال الإعلام. واتخذ ذلك الاهتمام مظاهر مُتعددة، منها: انعقاد المؤتمرات والندوات وورش العمل المحلية والإقليمية والدولية – كما أشرنا لها في الفصل الثاني بشيء من التفصيل، واتجاه الباحثين والمتخصصين في شتى البلدان للاهتمام بهذا المجال.

ولأن أدبيات ودراسات التربية الإعلامية واسعة ومتشبعة، فإن المُتابع لتلك الأدبيات قد لا يتمكن من فهم اتجاهاتها العامة واستيعاب الإجابات التفصيلية التي حاولت تقديمها في زوايا مُتعددة، لذلك سعى الكتاب الحالي بفحص مجموعة من الدراسات التي تناولت التجارب السابقة في تدريس التربية الإعلامية حرصًا على الاستفادة مما تحويه من معلومات ونتائج تُمثل خبرات يمكن أن تُسهم في بناء دراسات مُستقبلية، كما أود أن أشير إلى قلة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع والاهتمام الملحوظ بها في الدراسات الأجنبية مما يؤكد أهمية ذلك الجزء من الكتاب الحالي، وتبرز الحاجة إليها ودعوة الباحثين إلى الاهتمام والتوسع في دراسة هذا المجال.

هذا الجزء من الكتاب قام على استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى الرصد بالإضافة إلى التحليل والتفسير، كما يعتمد على المنهج المسحي لرصد التوجهات العامة لبحوث ودراسات التربية الإعلامية؛ وذلك من خلال مسح التراث العلمي في المكتبة الإعلامية العربية، والأجنبية، ودراسات الماجستير والدكتوراه، والأبحاث المنشورة في الدوريات العلمية المُحكمة، والكُتب، والأوراق البحثية المُقدمة في المؤتمرات العلمية والندوات وورش العمل، بالإضافة إلى البحث في شبكة المعلومات والمكتبات الإلكترونية. واستخدمت الدراسة كلمات مفتاحيه مُساعدة في الحصول على الأدبيات العلمية ذات العلاقة بالموضوع، ومنها: التربية الإعلامية، الثقافة الإعلامية، محو الأمية الإعلامية، الوعي الإعلامي، الإعلام التربوي، التعليم الإعلامي، الإعلام المدرسي، تعليم الإعلام، الإنتاج الإعلامي، التفكير الناقد، Media Education، Media Literacy، Media Literacy Education.

وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

- **دراسة أحمد جمال (٢٠١٥)**؛ سعت الدراسة إلى قياس أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية. وتم استخدم منهجيين بحثيين، هما: المنهج الوصفي التحليلي لتحديد مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية المراد إكسابها للطلاب عينة الدراسة، والمنهج شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة، وتمثلت أدوات القياس في استبانه استخدام وإنتاج صحافة المواطن، وبطاقة تقييم نقد وتحليل صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية التي أنتجها الطلاب، وتمثلت مادة المعالجة في محاضرات تم تقديمها من خلال موقع "Facebook" كأحد أنماط مواقع الشبكات الاجتماعية، **وخلصت الدراسة إلى:** تحسُن أداء طلاب عينة الدراسة في التطبيق البعدي مقارنة بالتطبيق القبلي لاستبانه استخدام وإنتاج صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية، والجانب المهاري لمهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية، وتم تقديم بعض التوصيات والبحوث المقترحة في ضوء نتائج الدراسة.

- **دراسة مازن محمد، وفاطمة نبيل (٢٠١٥)**؛ سعت الدراسة للتعرف على مدى إدراك أخصائيي الإعلام التربوي لمفهومي التربية الإعلامية والإعلام التربوي واتجاههم نحو كل منهما، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، وقد شملت عينة الدراسة (١٢٠) أخصائيًا من أخصائيي الإعلام التربوي بالمدارس (الابتدائية – الإعدادية – الثانوية) المصرية؛ كما استخدما الباحثان استمارة استبيان، ومقياسان الأول لدراسة مفهوم التربية الإعلامية والآخر لدراسة مفهوم الإعلام التربوي واتجاه عينة الدراسة نحو كل منهما، **وخلصت الدراسة إلى:** أن أكثر الأنشطة الإعلامية فاعلية لتدريب المُتعلمين على معايير التربية الإعلامية جاء في مُقدمة الأنشطة الإذاعية (الإذاعة المدرسية) بنسبة ٥١.٧%، ثم في المرتبة الثانية الأنشطة التليفزيونية (البرامج الإخبارية والأفلام الوثائقية) بنسبة ٢٨.٣%، ثم في المرتبة الثالثة الأنشطة الصحفية (الجرائد والمجلات وصحف الحائط والتصوير الصحفي) بنسبة ١١.٧%.

- **دراسة يوشيدا (٢٠١٥)**؛ سعت الدراسة إلى تحديد احتياجات مُعلمي المرحلتين الابتدائية والثانوية لدورات تدريبية في مجال التربية الإعلامية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي

التحليلي لتحقيق هدف الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (٤٩) معلماً من معلمي المرحلتين الابتدائية والثانوية في دولة اليابان، وأعدّ الباحث استبياناً لجمع بيانات الدراسة، وتحديد احتياجات المُعلمين الحاليين لدورات تدريبية لتطبيق منهج التربية الإعلامية الحديث، إضافةً إلى إعداده لمقياس يستهدف قياس الاحتياجات التدريبية لعينة الدراسة في ضوء معايير منهج التربية الإعلامية الحديث، **وخلصت الدراسة إلى:** أن احتياجات المعلمين للدورات التدريبية في مجال التربية الإعلامية كانت ذات مستوى عالٍ، ومن أهمها :استخدام الكتب الرقمية، والألواح الالكترونية، والسبورة التفاعلية، وكيفية دمج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في التعليم.

– **دراسة أحمد جمال (٢٠١٥)؛** سعت الدراسة التعرف على أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، واستخدم الباحث منهجين بحثيين، هما: المنهج الوصفي، والمنهج شبه التجريبي، وقد شملت عينة الدراسة (٣٢) طالبًا من طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على كل من: اختبار في التربية الإعلامية، مقياس المسئولية الاجتماعية، استبانه مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، بطاقة تقييم تحليل ونقد المضامين الإعلامية وإنتاجها، **وخلصت الدراسة إلى:**

١- بناء نموذج التربية الإعلامية.
٢- وضع قائمة مهارات للتربية الإعلامية.
٣- أثبتت نتائج الدراسة الحالية أثرًا كبيرًا لنموذج التربية الإعلامية في:

أ- تحصيل الجانب المعرفي لموضوع التربية الإعلامية؛ حيث وجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) بين متوسطي درجات طلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للنموذج وبعده؛ لصالح التطبيق البعدي.

ب- تنمية الجانب الوجداني لموضوع المسئولية الاجتماعية؛ حيث وجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) بين متوسطي درجات طلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس المسئولية الاجتماعية قبل تعرضهم للنموذج وبعده؛ لصالح التطبيق البعدي.

ت- تحصيل الجانب المعرفي المهاري لموضوع مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية؛ حيث وجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) بين متوسطي

درجات طلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاستبانه مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية قبل تعرضهم للنموذج وبعده؛ لصالح التطبيق البعدي.

ث- تحصيل الجانب المهاري لموضوع التربية الإعلامية؛ حيث وجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى (٠.٠١) بين متوسطي درجات طلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للنموذج وبعده؛ لصالح التطبيق البعدي.

كما أوصت الدراسة تفعيل نموذج التربية الإعلامية كَحَلٍّ لحماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام، وتخصيص وقت لتناوُل نموذج التربية الإعلامية في التعليم الرسمي بجميع المراحل الدراسية، وتدرس مادة التربية الإعلامية بصورة أساسية بكليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي، وتدريب الآباء والمعلمين وصناع السياسيات التربوية والإعلامية على كيفية تحويل سلبيات الإعلام إلى وسائل يُمكن الاستفادة بها في تكوين شخصية إيجابية للنشء والشباب.

– **دراسة حسن محمد (٢٠١٤)**؛ سعت الدراسة لتسليط الضوء على أدبيات التربية الإعلامية من زوايا مُحددة، تتعلق بالاتجاهات العامة لتلك الأدبيات، وكيف تناولت تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تهدف إلى الرصد بالإضافة إلى التحليل والتفسير، وتعتمد على المنهج المسحي لرصد التوجهات العامة لبحوث ودراسات التربية الإعلامية، وتسليط الضوء على الملامح الرئيسية لمقترحات وتوصيات تلك الدراسات، واعتمدت الدراسة على مسح التراث العلمي في المكتبة الإعلامية العربية، والأجنبية، ودراسات الماجستير والدكتوراه، والأبحاث المنشورة في الدوريات العلمية المُحكمة، والكُتب، والأوراق البحثية الُمقدمة في المؤتمرات العلمية والندوات وورش العمل، بالإضافة إلى البحث في شبكة المعلومات والمكتبات الإلكترونية، **وخلصت الدراسة إلى:** وجود اتجاهين رئيسين للدراسات والأدبيات العلمية التي تناولت موضوع التربية الإعلامية، الأول يُركز عليها من خلال دور المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية، والثاني يتناول التربية الإعلامية بمفهومها الأوسع الذي يستهدف كل أفراد المُجتمع. ففي دراسات المحور الأول كان النصيب الأوفر للدراسات والأدبيات الصادرة من باحثين تربويين، ركزت على تقديم التصورات والمقترحات الخاصة بإدماج التربية الإعلامية ضمن المُقررات الدراسية

في المستويات التعليمية المُختلفة، وفي الاتجاه الثاني ربطت الدراسات بين التربية الإعلامية ومفهومي التعلم بالممارسة والتعليم مدى الحياة، وفصّلت في الأدوار المطلوبة من المؤسسات الاجتماعية المُختلفة؛ خاصّة الأسرة، والمؤسسات التعليمية والإعلامية.

– **دراسة قمراء السبيعي (٢٠١٤)**؛ سعت الدراسة إلى إلى تحديد مهارات التربية الإعلامية اللازمة لطالبات المرحلة الثانوية، وتصميم خطة مُقترحة لتحقيق التربية الإعلامية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، والتعرّف على فاعليتها من وجهة نظر الخبراء والمختصين في مجاليّ التربية والإعلام، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وقامت ببناء قائمة بالخطة المُقترحة لتحقيق التربية الإعلامية لطالبات المرحلة الثانوية، مُستندةً في بنائها على كلّ من الدراسات والبحوث السابقة والمؤتمرات العالمية والأدبيات المرتبطة بمجال التربية الإعلامية بشكل عام، ومهاراتها وبرامج الأنشطة اللازمة للمرحلة الثانوية بشكل خاص، ومظاهر نمو طالبات المرحلة الثانوية بصفوفها الدراسية الثلاثة، وأهداف التربية الإعلامية، والاتجاهات العالمية للتربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** تحديد مهارات التربية الإعلامية اللازمة لطالبات المرحلة الثانوية، حيث بلغت (١٧) مهارة، كما كشفت نتائج الدراسة عن تصميم خطة مقترحة في (٨) محاور رئيسة تضمنت: أهداف الخطة المقترحة، ومهارات التربية الإعلامية المراد إكسابها لطالبات المرحلة الثانوية، وبرامج أنشطة التربية الإعلامية المراد تطبيقها، وآلية التنفيذ، ودور الإدارة المدرسية في دعم الخطة المقترحة، ودور معلّمة المرحلة الثانوية في تنفيذ الخطة المقترحة، وإجراءات تنفيذ وتقويم الخطة المقترحة. كما كشفت النتائج عن مدى ارتباط محاور الخطة المقترحة بمفهوم التربية الإعلامية من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين في مجاليّ التربية والإعلام، حيث تراوحت نسبة الاستجابات بدرجة (مرتبط جداً) مابين (١٠٠ - ٧٦.٩٢ %)، أما ما يتعلق بمدى ملائمة محاور الخطة المقترحة لطالبات المرحلة الثانوية، فقد تراوحت النسبة مابين (١٠٠ - ٦٩.٢٣ %) بدرجة (ملائم جدًا).

وأوصت الدراسة بعدة توصيات، من أبرزها: عقد شراكة إعلامية مع الإعلاميين والتربويين والمختصين في المواد العلمية لإعداد برامج التربية الإعلامية الهادفة، كما أوصت بدمج التربية الإعلامية ومهاراتها اللازمة للطلاب والطالبات ضمن خطط النشاط في مراحل التعليم العام والمرحلة الجامعية، وأوصت أيضاً بعقد اجتماعات لفريق من المتخصصين والمتخصصات، بحيث يشمل الفريق على خبراء في: التربية والتعليم، الإعلام، علم النفس، علم

الاجتماع، الشريعة، وذلك بهدف تحديد أهداف التربية الإعلامية، في ضوء: ثقافة المجتمع، والتغيرات الاجتماعية التي تعرّض لها المجتمع السعودي في العشر سنوات الأخيرة، والإفادة من خبرات وتجارب الدول التي قطعت شوطاً في مجال تفعيل التربية الإعلامية في الميدان التربوي.

– **دراسة Doaa Mohamed (2014)**؛ سعت الدراسة إلى تطوير مقياس لمهارات التربية الإعلامية الإخبارية من أجل قياس مستويات هذه المهارات بين الطلاب المصريين .و كذلك هدف البحث إلى اختبار العلاقة بين مستويات مهارات التربية الإعلامية الإخبارية ومستويات مُعالجة الفرد لمعلومات الأخبار ومستويات المعرفة السياسية لدى الفرد. وتركز الدراسة على قياس مهارات التربية الإعلامية الإخبارية بالتطبيق على التعرض للأخبار من خلال قراءة الصحف الإلكترونية. أعتمد البحث في إطاره النظري على اختبار نموذج معالجة المعلومات (Heuristic and systematic model) حيث تشمل معالجة الفرد لمعلومات الأخبار طريقتين هما الطريقة المنهجية التي تعتمد على التحليل والفهم العميق و الطريقة غير المنهجية التي تعتمد على الأحكام المبسطة للرسائل الإعلامية دون التعمق فيها .استخدم البحث الاستقصاء في اختبار المقياس على عينة مكونة من (٢٢) طالبًا من طلاب عينة البحث التي ركزت على الطلاب المصريين في الجامعة الأمريكية بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا بها، **وخلصت الدراسة إلى:** أن هناك علاقة سلبية دالة إحصائياً بين مستويات معالجة الأخبار غير المنهجية ومستويات مهارات التربية الإعلامية الإخبارية، بينما هناك علاقة إيجابية دالة إحصائيًا بين مستويات معالجة الأخبار المنهجية ومستويات مهارات التربية الإعلامية الإخبارية. كما أثبتت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مستويات المعرفة السياسية ومتغير مستويات الاعتماد على الأخبار، و كذلك متغير مستويات معالجة دمج المعلومات. كما أظهرت النتائج أنه بعزل متغير المجال الدراسي تتأكد إيجابية العلاقة بين المتغيرات السابقة.

– **دراسة أسماء بكر (٢٠١٤)**؛ سعت الدراسة إلى وضع تصور للدور الذي يقوم به أخصائي الإعلام التربوي في نشر المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية، وكذلك التعرف على التعرف على أهم المعوقات التي تعوق أخصائي الإعلام التربوي عن أداء دوره في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، وكذلك التوصل إلي مجموعة من النتائج والتوصيات والمقترحات التي من الممكن أن تساعد على استخدام التربية الإعلامية في المدرسة، وتُعد الدراسة من الدراسات

الوصفية المُستخدمة لمنهج المسح الشامل والمسح بالعينة، وقد شملت عينة الدراسة مجموعة من أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية، وتم تطبيق دراسة ميدانية أخرى على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية قد شملت (٤٠٠) طالبًا من طلاب المدارس الإعدادية بمحافظة دمياط ممًا امتدت أعمارهم من ١٢: ١٥ عامًا، **وخلصت الدراسة إلى:** أن مفهوم التربية الإعلامية غير مُرسخ بالمدارس الإعدادية. كما أظهرت النتائج نقص الاهتمام بتدريب أخصائي الإعلام التربوي على المفاهيم الحديثة في التربية الإعلامية حيث أن (٨٢%) من أفراد العينة أفادوا بأنهم لم يحصلوا على دورات تدريبية في التربية الإعلامية. كما أظهر (٢٣%) من أفراد العينة بأن ضُعف الإمكانيات المادية بالمدرسة من أهم الصعوبات التي تقف عائق أمام تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية. وقد أوضحت النتائج أن غالبيه طلاب المرحلة الإعدادية ليس لديهم معلومات عن التربية الإعلامية.

- **دراسة Primack, Brian A (2014)**؛ استهدفت الدراسة مقارنة بين التربية الإعلامية والتعليم المُعتاد لمنع استخدام التبغ، من خلال استخدام التجربة العشوائية العنقودية، وتحديد ما إذا كان منهج التربية الإعلامية يُساعد على مكافحة التدخين لدى المُتعلمين ويؤثر على العوامل المُرتبطة بالتدخين في سن المُراهقة، وقد شملت عينة الدراسة (١١٧٠) طالبًا من طُلاب المدارس الثانوية، وتم اختيار المُتعلمين من خلال الفصول الدراسية لمنهج التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن منهج التربية الإعلامية أكثر فاعلية من البرنامج التعليمي في تقليل انتشار التدخين بين المُراهقين. وأن غير المُشاركين في التربية الإعلامية اختلفت نظرتهم للتدخين مقارنة مع المُشاركين.

- **دراسة سراج على (٢٠١٣)**؛ استهدفت الدراسة قياس فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية مهارات تحليل الرسائل الإعلامية في القنوات التليفزيونية والمواقع الالكترونية، وقد استخدمت الدراسة منهجين بحثيين، وهما: المنهج لوصفي التحليلي، والمنهج شبه التجريبي، وقد شملت عينة الدراسة (٣٠) طالبًا من طلاب الفرقة الثالثة بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، واستخدمت الدراسة عدة أدوات لجمع البيانات، ومنها: اختبار التعامل مع وسائل الإعلام، قائمة (بمهارات التعامل مع القنوات الفضائية، والمواقع الالكترونية)، مقياس يحتوي على مجموعة من العبارات لمعرفة رؤية الطالب حول التربية الإعلامية، والرسائل الإعلامية، وطرق التعامل معها، **وخلصت الدراسة إلى:** أن العلاقات في المعايير السبع التي

تستند عليها الفروض جاءت دالة لصالح المجموعة التجريبية، وتتمثل تلك المعايير، في: إشكاليات التربية الإعلامية، تحليل الرسالة الإعلامية، تطبيق معايير المحتوى، تطبيق المعايير الجمالية، تأثير الوسيلة، الرسالة الإعلامية، المنتج السينمائي.

– **دراسة شريفة رحمة الله (٢٠١٣)**؛ استهدفت الدراسة قياس أثر برنامج تضمين مفهوم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية بمدارس دولة الإمارات العربية المُتحدة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، وقد شملت عينة الدراسة (١٨٧) طالبًا من طُلاب الصف التاسع بالمدارس الحكومية الإماراتية، وتكونت أدوات الدراسة من أداتين هما: المقابلات الشخصية المتعمقة واستبيان، **وخلصت الدراسة إلى:** عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بشكل عام بين أفراد عينة الدراسة (الذكور/الإناث) في مهارة استقبال الرسالة الإعلامية؛ مما ترتب عليه ضُعف مستوى التفكير الناقد لديهم لمحتويات الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها عبر وسائل الاتصال، وكانت هناك فروق دالة إحصائيًا بين أفراد عينة الدراسة (الذكور/الإناث) طبقًا لمستوى مهارة فهم الرسالة الإعلامية، مما أثر بالإيجاب على مستوى ممارسة العينتين لمهارة التفكير الناقد خلال فترة تقديم البرنامج التجريبي لهم.

– **دراسة ريهام عبد الرازق (٢٠١٣)**؛ سعت الدراسة إلى إعداد برنامج لإكساب أطفال مرحلة الطفولة الُمتأخرة مهارات التربية الإعلامية لإدراك مظاهر العنف بالأفلام المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وقد شملت عينة الدراسة (٢٣) طفلاً من أطفال مرحلة الطفولة الُمتأخرة؛ أعمارهم ما بين (٩ :١٢) عامًا، **وخلصت الدراسة إلى:** وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات الأطفال عينة الدراسة قبل تطبيق برنامج التربية الإعلامية على مقياس "إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية وبعده لصالح التطبيق البعدي، **أيضًا** هناك فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس"إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية، وذلك بعد تعرُّضهم لبرنامج التربية الإعلامية.

– **دراسة Hans (2013)**؛ استهدفت الدراسة التعرُف على مدى إكساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (٢٧٧) خريجًا من خريجي الكليات الخاصة بالتعليم التمهيدي والمتوسط والعالي، وتكونت

أدوات الدراسة من ثلاث استمارات؛ الاستمارة الأولى تضمنت أسئلة لقياس مدى كفاءة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب، والاستمارة الثانية تضمنت مشاركة طلاب عينة الدراسة تجاربهم الخاصة، أما الاستمارة الثالثة فتناولت أسئلة توضح إلى أي مدى يرى المشاركين أهمية تعليم مهارات التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن الاستمارة الأولى أوضحت اكتساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية بكفاءة، وأن أكثر المهارات اكتسابًا على الترتيب هي مهارة: المعرفة، فهم الرسالة، تحليل الرسالة، وأن هناك كفاءة لدى الطلاب في توظيف مهارات التربية الإعلامية بشبكة الإنترنت أكثر من أي وسيلة أخرى؛ مما يعكس أهمية التركيز على الوسائل الأخرى خلال تعليم الطلاب التربية الإعلامية، وأوضَحَت إجابات الاستمارة الثانية أن عينة الدراسة قاموا بمشاركة تجاربهم الخاصة من خلال كتابة عناصر التربية الإعلامية، كما أوضَحَت إجابات الاستمارة الثالثة أن عينة الدراسة ترى أهمية تعليم التربية الإعلامية.

- **دراسة مُجيب عبد الله (٢٠١٣)**؛ سعت الدراسة إلى إظهار التطورات التربوية والإعلامية، وتوضيح علاقتها بالتربية الإعلامية، وعلاقة التربية الإعلامية ببعض المُصطلحات الشائعة في الحقلين التربوي والإعلامي، كما ناقشت الدراسة الأسس النظرية للتربية الإعلامية، والاتجاهات العالمية في تطبيقها، واستعراض واقع التعليم الأساسي باليمن، ومشكلاته، وآفاقه المستقبلية، وبرامج إصلاحه، وتحديد علاقته بوسائل الإعلام والتربية الإعلامية، كما قدمت الدراسة تصورها المُقترح لإدخال التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية، **وخلصت الدراسة إلى:** تأكيد تبلور مفهوم الإعلام الجديد بوسائطه التفاعلية، والتقنيات الرقمية المتطورة لوسائل الإعلام الجماهيرية في عصر الفضاء المفتوح، وأنها تُعد من أهم التطورات في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات التي فرضت على التربية تعديل سياساتها، ومناهجها، لإدماج التربية الإعلامية في التعليم الأساسي، وجميع مراحل التعليم بعد تأكيد العديد من الدراسات، أن التربية الإعلامية هي تربية المستقبل. كما أكدت على أن التربية الإعلامية ليست تعليمًا إعلاميًا محضًا، فهي قبل ذلك منهجية تربوية اجتماعية، لتنمية التفكير الناقد وتحصين المُتعلمين، وتنمية مهارات التعليم الذاتي والمهارات التواصلية للتعبير عن الذات، وإعداد الطلبة؛ لمواجهة المُستجدات العصرية والمشاركة الاجتماعية الفاعلة، في عصر الإعلام وتطوراته المتجددة التي تحاصر حياتنا، كما أكدت على أن المدخل الاندماجي التكاملي هو

أفضل المداخل للتربية الإعلامية في اليمن؛ لدوره في تحقيق تكامل المعرفة، واتفاقه مع التوجهات نحو التخفيف من أعباء المقررات الدراسية الإضافية.

- **دراسة صابر جيدوري (٢٠١٢)**؛ سعت الدراسة للكشف عن الدواعي المعرفية والقيمية والاجتماعية التي تُمكِّن الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ومن أجل ذلك صمم الباحث استبانه من (١٨) فقرة وزعت على أربعة أبعاد وقد تكون المُجتمع الأصلي للدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس في جامعة طيبة من كليات التربية والمجتمع والعلوم وهندسة الحاسبات والبالغ عددهم (٢١٦) ثم اختير منهم عينة عشوائية بلغت (١٧٤) عضو هيئة تدريس من الذكور والإناث، **وخلصت الدراسة إلى:** موافقة أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة بدرجة كبيرة على جميع دواعي تمكين الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية مثل توعية الشباب بالبُعد الكمي والكيفي للعولمة الإعلامية والتأثير السلبي على الانتماء الاجتماعي وقيم المواطنة والتوعية بمظاهر تهميش اللغة العربية، واقترح الباحث أن تقوم الجامعة بالعمل على تحديد وصياغة مفهوم للتربية الإعلامية من قبل المختصين في المجال التربوي والإعلامي، وضرورة توظيفها بما يحقق مواجهة تأثير العولمة الإعلامية بأفضل السبل.

- **دراسة أشجان حامد وخلود أحمد (٢٠١٢)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وقد شملت عينة الدراسة (١٠٠) طالبًا من طلاب الصف العاشر الأساسي بالمدارس الخاصة في العاصمة عمّان، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية تزود الطالب بالاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للطالب، وتعمل على المحافظة على التراث الثقافي والحضاري ونشره.

- **دراسة Primack, Brian A (2012)**؛ سعت الدراسة إلى تقييم مدى إمكانية التربية الإعلامية من الحد من ظاهرة العُنف المدرسي مع تحسين المُعتقدات المعرفية للمُتعلمين والسلوكيات المُتعلقة باستخدام وسائل الإعلام، من خلال استخدام المنهج شبه التجريبي في الفترة ما بين عامي ٢٠٠٧ – ٢٠٠٨م؛ وذلك على المُعلمين بإحدى مدارس جنوب كاليفورنيا

والتي تُدار من خلال مناهج التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن المُتعلمين قد أفادوا أن هُناك زيادة معرفية للمفاهيم الأساسية عن التربية الإعلامية مع تزايد الاهتمام بالتصنيف الذاتي للعُنف في وسائل الإعلام، وكذلك هُناك اعتقاد قوى من جانب المُتعلمين أن العُنف موجود بوفرة في المضامين الإعلامية.

– **دراسة Taskın Inan (2012)** ؛ سعت الدراسة إلى دراسة مستويات محو الأمية الإعلامية في تصورات المعلمين المحتملين في (تركيا)، **وخلصت الدراسة إلى:** انخفاض مستويات التربية الإعلامية بين المعلمين المحتمل تدريسهم للتربية الإعلامية في عينة الدراسة المختارة من طلاب أقسام الدراسات الاجتماعية، واللغة التركية في كليات التربية، في العام الدراسي ٢٠٠٨-٢٠٠٩م، وأكدت الدراسة أن هؤلاء المُتعلمين من مُعلمي المستقبل للتربية الإعلامية يجب تأهيلهم ليمتلكوا الكفاءات اللازمة لتدريس التربية الإعلامية وحددت الدراسة الكفاءات المطلوبة التي لمست حاجة (الطلبة المعلمين) إليها.

– **دراسة Graber (2012)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على التربية الإعلامية في زمن الإعلام الجديد NMLE: New Media Literacy Education، وأوضحت أن الأطفال والمراهقين اليوم لا يحتاجون مساعدتنا لتعليمهم تشغيل البرامج والأجهزة؛ بل نحن من نحتاج إليهم في ذلك!، وأنهم يحتاجون إلينا لإعدادهم لاستخدام تلك التقنيات الجديدة بمسئولية وبالتزام أخلاقي ذاتي. **وأشارت الدراسة إلى:** تجربة مُتميزة لمدارس Waldorf-inspired الأمريكية في تطوير مهارات التربية الإعلامية فيما يتعلق بوسائل الإعلام الجديد New Media Literacy، من خلال تزويد الطلاب منذ السنوات الأولى للتعليم الأساسي بتجارب ملموسة غنية، وأنشطة في التواصل الاجتماعي، وأوضحت الدراسة أن مدارس المرحلة المُتوسطة هي المرحلة المُناسبة لتطوير القُدرات المعرفية للطلاب بما يُعزز التفكير الأخلاقي لديهم أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد.

– **دراسة عبد الرحمن العويفي (٢٠١٢)**؛ هدفت الدراسة للتعرف على أبرز المعارف والقيم والمهارات التي يجب أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر القيادات التربوية، والتعرف على الصعوبات التي تواجه القيادات التربوية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية، طبق الباحث الدراسة على إدارة التربية والتعليم للبنين في مدينة الرياض على مديري مكاتب التربية ومديري المدارس ومشرفي الإدارة المدرسية، وقد استخدم الباحث المنهج

الوصفي المسحي والاستبانة كأداة للدراسة حيث تم تطبيقها على (٨) من مديري مكاتب الإشراف و (٢٠) من مشرفي الإدارة المدرسية و (٥٨) من مديري المدارس في مدينة الرياض، **وخلصت الدراسة إلى:** أن القادة التربويين يرون أهمية كبيرة لأهداف التربية الإعلامية ومعارفها ومهاراتها مثل التفكير الناقد والتعلم الذاتي والعمل الجماعي، وأوصى الباحث بإشراك القادة التربويين في وضع أهداف التربية الإعلامية وتصميم برامج التربية الإعلامية بإشراك قيادات تربوية متخصصة في مجالي التربية والإعلام.

- **دراسة خالد المُطيري (٢٠١٢)**؛ هدفت الدراسة إلى اقتراح إستراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في مُمارسات القيادات التربوية في وزارة التربية والتعليم السعودية من خلال الكشف عن واقع مُمارسة توظيف التربية الإعلامية في مُمارسات القيادات التربوية في وزارة التربية والتعليم السعودية، وأثر النوع، والمؤهل التعليمي، وسنوات الخبرة، والمركز الوظيفي في تقديرات أفراد عينة الدراسة لواقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية، وقد شملت عينة الدراسة (٢٨٦) قيادي وهم جميع القيادات التربوية في الإدارة الوسطى في الوزارة، واستخدمت الدراسة استبانه لجمع البيانات، **وخلصت الدراسة إلى:** أن واقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات بالوزارة جاءت بدرجة متوسطة، كما جاء مجال تعزيز القيم في الممارسات القيادات التربوية في الترتيب الأول من حيث المُمارسة يليه مجال الاستخدام الأخلاقي للمعلومات.

- **دراسة مها عبد الفتاح (٢٠١٢)**؛ سعت الدراسة إلى وضع تصور مُقترح للتربية الإعلامية في التعليم الثانوي بجمهورية مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية، وتُعد الدراسة من الدراسات الوصفية المستخدمة للمنهج الوصفي التحليلي، وقد استخدمت الباحثة في جمع البيانات، كل من الأدوات الآتية: استطلاع رأي للتعرف على واقع التربية الإعلامية في بعض المدارس الثانوية بأسوان، المقابلة الشخصية مع المسئولين والمُهتمين بالأنشطة المدرسية بالمدرسة وذلك بغرض جمع معلومات عن واقع التربية الإعلامية ومجالاتها ونقاط القوة والضعف فيها، واستبيان للتعرُف على واقع التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية المصرية وجوانب القوة والضعف في المُمارسات والنشاطات الإعلامية بالمدرسة الثانوية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن هُناك اهتمام مُتزايد بالتربية الإعلامية يرجع إلى تعدُدّ سلبيات الرسائل الإعلامية التي تُهدد مُستقبل المُتعلمين، والتي تتمثل في: أن بعض المضامين الإعلامية تسهُم

في إضعاف القيم الدينية لدى المُتعلمين، مما يؤكد على ضرورة الاهتمام بالتربية الإعلامية للمُتعلمين، وأن بعض المضامين تقوم بدورًا في تنمية عادات التدخين وإدمان المُخدرات لدى المُتعلمين. كما أن هُناك إيجابيات عدة للتربية الإعلامية بمدارس التعليم الثانوي، أهمها: أن هُناك اتفاقًا على أن التربية الإعلامية تسهُم بدرجة كبيرة في ترسيخ العقيدة والهوية الثقافية والانتماء والاعتزاز باللغة العربية وهو من أهم أهداف التعليم بصفة عامة، كما أن التربية الإعلامية تُساعد المُتعلمين على ربط المواد الدراسية بالأحداث والوقائع الحقيقية، وذلك من خلال استخدام الوسائل الإعلامية في عملية التعليم التي تُساعد في إكساب المُتعلمين لمهارات التربية الإعلامية. وأن من أهم المعوقات الحاجة إلى تدريب المُعلمين على مهارات التربية الإعلامية، وإعادة تنظيم الجدول المدرسي لتوفير الوقت اللازم لتقديم التربية الإعلامية للمُتعلمين.

– **دراسة (2011) Bazalgette et al**؛ استهدفت الدراسة إلى الموازنة بين ثلاثة مبادرات للتربية الإعلامية لتقييم التربية الإعلامية في المرحلة الابتدائية في بريطانيا، خلصت المبادرة الأولى إلى ضرورة إعادة صياغة نظرية التربية الإعلامية الموجودة في بريطانيا، وذهبت الثانية إلى صلاحية النظرية واستمرارها، وطالبت المبادرة الثالثة بتطوير النظرية القائمة حتى تتمكن من خدمة أهداف التربية المستمرة، **وخلصت الدراسة إلي:** أن جميع الأطفال من الثالثة والرابعة فما فوق يواجهون أسئلة التربية الإعلامية المتعلقة بالجمهور المستهدف، وأن الأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة يتعرضون لرسائل إعلامية من خلال الأفلام والبرامج التلفزيونية التي تزودهم بخبرات غنية يمكن الاستفادة منها من خلال التربية الإعلامية في تنمية قدراتهم العقلية ومهارات الاستدلال والتنبؤ، وأن الأطفال لديهم القدرة على استيعاب التحليل النقدي للأفلام، وأن التربية الإعلامية يمكن أن تدرج المستوى التحليلي من الصفوف الأولى، وإذا نجحت التربية الإعلامية في تعليم الأطفال من سن الخامسة قدرات تحليلية للصورة المتحركة، فإنها ستمهد لإعداد الأطفال لمستويات عليا في السنوات اللاحقة، وعلى المعلمين أن يدركوا أن للأطفال قدرات خيالية غير عادية يجب تطويرها وعدم الاستهانة بها والأطفال يتفاعلون مع الصور المتحركة أكثر من تفاعلهم مع النصوص المطبوعة.

– **دراسة (2011) Lee**؛ استهدفت الدراسة اختبار مدى فاعلية تعليم التربية الإعلامية من خلال الأجهزة اللوحية في الفصول المدرسية، والكشف عن الإيجابيات والتحديات الناجمة

عن استخدام وسائل الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية. واستندت الدراسة إلى نظرية تبني الابتكارات innovation theory لاختبار المدى في تبني الطلاب لهذه الطرق والأساليب الجديدة في التعليم، **وخلصت الدراسة إلي:** أن استخدام تقنيات المعلومات الحديثة في مجال تدريس التربية الإعلامية، له تأثيرات إيجابية وفعالة، لأسباب عديدة، منها:

- أنها تُحقق التفاعلية التشاركية.
- الفورية في المناقشة والمشاركات.
- التسلية والمُتعة في استخدام وسائط الإعلام الجديد مثل الأجهزة اللوحية.
- إحساس الطلاب بالاستقلالية والتحرر في العملية التعليمية من خلال استخدام تلك الوسائل الحديثة.
- المواد الإعلامية المُتنوعة في المنهج الدراسي.

وأشارت الدراسة إلى مجموعة من التحديات التي تفرضها العملية التعليمية في عصر الإعلام الجديد، مثل ضرورة إتقان المُعلمين لمهارات التربية الإعلامية والمهارات المُرتبطة بتقنيات المعلومات.

– **دراسة رشا عبد اللطيف (٢٠١١)**؛ سعت الدراسة للتعرف على معايير التربية الإعلامية، وكيفية تطبيقها عند التعامل مع المضامين التلفزيونية في المُجتمع المصري من منظور الخبراء، وذلك لحماية الجمهور خاصةً النشء والشباب من التأثيرات السلبية للتلفزيون، وذلك في إطار نظري لنظرية المسئولية الاجتماعية، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة من الخُبراء بلغ حجمها (٢٠٠) خبيرًا من خُبراء الإعلام والتربية والإعلام التربوي والإعلام المدرسي وعلم النفس والاجتماع، واعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات على استمارة استبيان بالمقابلة، **وخلصت الدراسة إلى:** أن جميع الخُبراء في العينة وافقوا على حاجة المُجتمع المصري إلي التربية الإعلامية. وقد جاء معيار "إدراك أن وسائل الإعلام لها تأثيرات على الفرد والمجتمع" في مُقدمة المعايير التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية، يليه معيار "التفكير النقدي لما تبثه وسائل الإعلام" في المرتبة الثانية، يليه معيار "إدراك الأبعاد التجارية والسياسية والاجتماعية والثقافية والجمالية للرسالة الإعلامية " في المرتبة الثالثة. كما جاء معيار "عدم الأخذ بما يقدمه التلفزيون كأمر مسلم دون التفكير الناقد له" في مُقدمة معايير التربية الإعلامية في التعامل مع المضامين التلفزيونية المُختلفة، وفي المرتبة الثانية معيار "عدم

الاعتماد على التلفزيون كمصدر وحيد في الحصول علي المعلومات"، وفي المرتبة الثالثة معيار "مواجهة المضامين التلفزيونية غير المسئولة اجتماعيًا". وجاءت "تنمية مهارات التفكير النقدي للجمهور" في مُقدمة الأهداف التي تسعي إليها التربية الإعلامية بنسبة (٦٨%) يلي ذلك " تحصين النشء والمراهقين من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام" في المرتبة الثانية بنسبة (٥٩%)، ثم "مُراعاة المسئولية الاجتماعية عند مُعالجة الرسالة الإعلامية" في المرتبة الثالثة بنسبة (٤٦%)، وهذه النتيجة تؤكد مره أخرى مدي أهمية التفكير النقدي كمعيار وهدف أساسي للتربية الإعلامية.

كما أوضحت الدراسة صعوبة تطبيق التربية الإعلامية في المُجتمع المصري، حيثُ توجد العديد من معوقات نشر ثقافة التربية الإعلامية بمصر، حيث جاء "إرهاق الطلبة بالعديد من المقررات الدراسية مما لا يسمح بقبول مادة جديدة" في مُقدمة معوقات نشر الوعي بالتربية الإعلامية بالمُجتمع المصري، يلي ذلك "انخفاض مستوي الوعي بأهمية التربية الإعلامية للمُجتمع في المرتبة الثانية"، و" لا توجد مناهج دراسية خاصة بالتربية الإعلامية" في المرتبة الثالثة. وقد جاء "ربط الجمهور بقضايا مُجتمعه" في مُقدمة مسئوليات وسائل الإعلام لدعم التربية الإعلامية بالمُجتمع" يليه "الارتقاء بذوق الجمهور" في المرتبة الثانية، ثم كل من "الدراسة الجيدة لاحتياجات ورغبات الجمهور" و" الاهتمام بالتصنيف التلفزيوني " في المرتبة الثالثة. وقد ثبت صحة الفرض الأول المُتمثل في وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائية بين اتجاهات الخبراء نحو مدى وجود مفهوم التربية الإعلامية في الثقافة المصرية وبين إتجاهتهم نحو إمكانية نشر ثقافتها في المجتمع المصري.

- **دراسة هناء عبده وآخرون (٢٠١١)**؛ استهدفت الدراسة الكشف عن مستوى فاعلية وحدة مُقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وقد شملت عينة الدراسة (٨٠) طالبًا من طلاب المدرسة الفنية المُتقدمة بمدينة المنصورة، وتكونت أدوات الدراسة من أداتين وهما: دليل المُعلم في تدريس الوحدة المقترحة، واختبار تحصيلي في موضوع التعلم، **وخلصت الدراسة إلى:** أن حجم تأثير الوحدة المُقترحة على التحصيل الدراسي كان كبيرًا، إضافة لتحقيق اتجاهات إيجابية على الطلبة ترتبط بالحياة اليومية، وأن التربية الإعلامية تُزيد من دافعية الطلاب نحو الدراسة والتعلم الذاتي، وتساعدهم في تنمية شخصياتهم ومواهبهم، **كما** تزودهم بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة.

- **دارسة وليد فتح الله وآخرون (٢٠١١)**؛ سعت الدراسة إلي مسح التراث العلمي والبحثي في مجال التربية الإعلامية على المستوى العالمي والمحلي على مدى نصف قرن من الزمن تحديدًا من عام ١٩٦٠م حتى عام ٢٠١٠م، وقد بلغت عدد البحوث ٣٤ بحثًا، **وخلصت الدراسة إلى:** أن مفاهيم التربية الإعلامية قد تنوعت بتنوع مجالات التطبيق فشملت محو الأمية الإعلامية والتدريس باستخدام وسائل الإعلام وتدريب أساليب إنتاج المضمون الإعلامي. كما تنوعت مجالات التطبيق البحثي ومن بينها مُكافحة التدخين –المواد المُخدرة- والرضا عن صورة الذات. كما بينت الدراسة أنه لم يتم إغفال القائم بالاتصال في الدراسات عينة الدراسة، وكذلك الخبراء. وقد اختلفت الرؤى بين الباحثين فيما يتعلق بربط التربية الإعلامية بأجندة سياسية أو أيدلوجية واضحة، وآخرون يرون أنه يجب عدم ربطها بأي نهج سياسي أو دعائي.

- **دارسة إيناس إبراهيم، ورباح رمزي (٢٠١١)**؛ سعت الدراسة إلى وضع تصور مُقترح لدور المدرسة في التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والمنهج المقارن، **وخلصت الدراسة إلي:** وضع تصور مُقترح لدور المدرسة في التربية الإعلامية.

- **دارسة سامية عبد الحكيم (٢٠١٠)**؛ سعت الدراسة إلي بناء منهج مقترح في التربية الإعلامية في ظل المعايير القومية للجودة الشاملة، وذلك لإكساب طلاب المرحلة الثانوية بعض المفاهيم الإعلامية ومساعدتهم في تطوير الملكات النقدية والإبداعية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية واعتمدت الدراسة علي المنهجين الوصفي والتجريبي وأجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عشوائية من طلاب الصف الأول الثانوي تتراوح أعمارهم بين (١٥ : ١٧) عامًا من التعليم الفني بالمدارس المصرية، واعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات على مجموعة من الأدوات منها قائمة أهداف للمنهج المُقترح واختبار تحصيلي في الوحدة التجريبية في منهج التربية الإعلامية ومقياس اتجاه الطلاب نحو التربية الإعلامية في ظل معايير الجودة الشاملة، **وخلصت الدراسة إلي:** وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات القياس القبلي والبعدي (مجموعة الدراسة) في كل من مستويات الاختبار التحصيلي (التذكر، الفهم، التطبيق، التحليل) ودرجته الكلية لصالح القياس البعدي. وعن معرفة تأثير الوحدة التجريبية "التربية الإعلامية" في ظل معايير الجودة الشاملة أشارت النتائج إلي أن المتغير المستقل التربية الإعلامية مع اختيار طريقة التدريس

المناسبة ساعد علي تحقيق أهداف المنهج. كما توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات القياس القبلي والبعدي" لمجموعة الدراسة " في كل أبعاد مقياس الاتجاه نحو التربية الإعلامية في ظل معايير الجودة الشاملة. وبحساب حجم تأثير الوحدة المقترحة علي أبعاد مقياس الاتجاه نحو التربية الإعلامية اتضح أنه يدل علي حجم تأثير كبير وهذا يشير إلي فاعلية الوحدة المقترحة "التربية الإعلامية" وأثبتت أن تدريس هذه الوحدة حقق نمواً واضحاً في إدراك أهمية التربية الإعلامية حيث ثبت فا عليتها وأثرها في الارتقاء بمستوي الطلبة.

- **دراسة (2010) Burson, Jordanakathleen**؛ سعت الدراسة إلى قياس ومقارنة المُعدلات المعرفية للتربية الإعلامية وتأثيرها على المُتعلمين واتجاههم نحوها، وذلك للمُتعلمين الذين يدرسون الصحافة وغير الدارسين للصحافة، وقد استخدمت الدراسة تحليل البيانات الكمية بشكل إلكتروني مع الأخذ في الاعتبار طُرق العينات، **وخلصت الدراسة إلي:** أن المُتعلمين الذين يقوموا بدراسة الصحافة قد حصلوا على مُعدلات أعلى من المُتعلمين الذين لا يدرسون الصحافة، وأن المعرفة العامة للتربية الإعلامية في العينة كانت مُنخفضة. كما أن المُتعلمين للصحافة يستخدمون الإعلام لأهداف مُحددة أكثر من المُتعلمين الذي لا يدرسون الصحافة.

- **دراسة (2010) Hans**؛ استهدفت الدراسة التعرُف مدى استخدام التربية الإعلامية وتعليمها في المستوى الجامعي، واستخدمت الدراسة في جمع بياناتها على استبيان إلكتروني، وقد شملت عينة الدراسة (٤٠٩) طالبًا من طلاب الجامعة، **وخلصت الدراسة إلي:** أن المُتعلمين الذين حصلوا على دورات التربية الإعلامية في المدارس الثانوية يستخدمون شبكة الإنترنت بكفاءة ولديهم المقدرة على تحليل المضامين المُقدمة عبرها أعلى من الذين لم يحصلوا على هذه الدورات.

- **دراسة (2010) Alice Y**؛ استهدفت الدراسة التعرف على تطور التربية الإعلامية ومبررات ظهورها واختلاف مفاهيمها وتطبيقاتها، **وخلصت الدراسة إلي:** أنه على الرغم من اختلاف تعريف التربية الإعلامية من دولة إلى أخرى، إلا أنها تشترك في هدف مُشترك يتمثل في تعليم القراءة والكتابة الإعلامية والتدريب على التعامل مع وسائل الإعلام بطريقة ذكية ومسئولة، وأكدت أن التربية الإعلامية تطورت كثيرًا في العقود الأربعة الأخيرة في الدول الغربية، وفي السنوات الأخيرة ظهرت التربية الإعلامية في مناطق آسيا مثل، هونغ كونغ وتايوان والصين واليابان، واكتسب زخمها مع ظهور وسائل الإعلام الجديدة، وصار لها أهمية

كبرى في التعليم في القرن الواحد والعشرين. وأكدت الدراسة أن التربية الإعلامية سيكون لها مستقبل في عصر الانترنت والتطورات الإعلامية وأن تغييرات جذرية ستفرض نفسها على التعليم، وتحوّل التربية الإعلامية إلى المنهج المعتمد للتعليم في القرن الجديد، وتوصلت الدراسة إلى اختلاف أهداف التربية الإعلامية من دولة إلى أخرى، فالتربية الإعلامية في بريطانيا تهدف إلى إيجاد مستخدمين مبدعين وناقدين لوسائل الإعلام قادرين على التمتع الواعي بالرسالة الإعلامية، وفي كندا فإن أهداف التربية الإعلامية تتمحور حول بناء الهوية الثقافية الكندية، وتهدف التربية الإعلامية في تايوان إلى التوعية الجيدة للمواطنين، وفي الصين تهدف إلى دراسة المعايير الأخلاقية في الرسالة الإعلامية وفي هونغ كونغ تهدف إلى تعليم الطلاب كيفية التعامل بحكمة مع وسائل الإعلام، وتخلص الدراسة إلى أن منهجيات التربية الإعلامية تتعدد حسب خصائص كل منطقة وحسب السياق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والتكنولوجي والرقابي، وتؤكد الدراسة أن التربية الإعلامية ذات خصوصية ثقافية وأن على أساتذة التربية الإعلامية أن يحاولوا انتهاج أساليب خاصة بالتربية الإعلامية ووضع نظريات خاصة وتوظيفها بصورة مستقلة.

- **دراسة Chi-Kim Cheung (2010)**؛ استهدفت الدراسة إلى الإجابة على سؤالها الرئيس: هل التربية الإعلامية فعّالة في تطوير قدرات التحليل الإعلامي لطلبة المدارس الثانوية في هونج كونج؟ وإذا كانت كذلك: ما العوامل التي تحدد مدى فعاليتها؟.، **وخلصت الدراسة إلي:** أن المُتعلمين الذين شاركوا في برامج التربية الإعلامية تحسنت مستوياتهم وحصلوا على درجات أعلى، وأن المُتعلمين الذين اهتموا بنقد الإعلانات التجارية كانوا يظنون أنهم محصنون من تأثيرات الإعلان، ولكنهم بعد دراستهم التحليلية للإعلان التجاري أدركوا أنهم كانوا يجهلون الكثير من التفاصيل الهامة في تقنيات الإعلان، ولاحظت الدراسة أن المُتعلمين الذين يكونون أكثر هدوءً وسلبية في بقية الدروس، كانوا أكثر تفاعلاً مع دروس التربية الإعلامية، وتطورت أسئلتهم التي كانت سطحية وساذجة إلى أسئلة عميقة. وأكدت نتائج الدراسة صعوبة الاعتقاد بأن التربية الإعلامية تؤدي إلى التقليل من الوقت الذي يقضيه الطلبة أمام وسائل الإعلام، لكنها تجزم أن الطلبة أصبحوا أكثر قدرة على انتقاء البرامج الإعلامية النافعة، وأكدت الدراسة أنها لا تستبعد أن تكون المهارات التي حصل عليها الطلبة من خلال التربية الإعلامية مهارات وقتية ولا يستفيد منها الطلبة لوقت أطول وأوصت بإجراء دراسات للتأكد من التأثير الطويل المدى.

– دراسة **Nonthasruang (2010)**؛ استهدفت الدراسة تقييم تأثيرات التربية الإعلامية على عدة مجموعات في (استراليا) و(تايلند) وعدد من المقيمين في (استراليا) و(تايلند) من دول أخرى لتوضيح أثر الاختلافات الاجتماعية والثقافية على استيعاب التربية الإعلامية، واقتصر البحث على عينة من الشباب تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٥ عامًا، **وخلصت الدراسة إلي:** أن هناك تفاوت في استخدامات وسائل الإعلام، و تعلم مهاراتها. كما تفاوتت ردود الأفعال عند مختلف المجموعات المشاركة. ووجدت الدراسة أن المشاركين الاستراليين أكثر وعياً بالمضامين الإعلانية والإعلامية وقدرة على نقدها وتحليلها. وفي نفس الوقت أقل تعرض لشاشات التلفزيون وكانوا قادرين على انتقاد "المطالبات غير المنطقية للتسويق والدعاية الاستهلاكية، ولم تظهر المجموعة التايلندية نفس الدرجة من المقاومة لثقافة الاستهلاك المتأثرة بالدعاية الإعلانية، رغم ما كانت تتمتع به من المعرفة الأفضل لحقيقة صناعة الإعلان وتقنياته الإنتاجية وأشكال التلاعب وإنتاج القيم، وأكدت الدراسة تأثير القيم الاجتماعية العامة المتعلقة بالتوفير وترشيد الإنفاق واستهلاك الضروريات وفلسفة الاكتفاء الذاتي على التجاوب مع الدعاية الإعلانية الهادفة لإثارة رغبات الشراء وصناعة ثقافة الاستهلاك، ورغم أن المجموعة التايلندية كانت قادرة على تقديم تفسير واضح لكيفية صناعة تقنيات الإعلان وقادرة على قراءة النصوص وتفاصيل الرسالة الإعلامية ومع ذلك كانت أيضًا في كثير من الأحيان أقل رغبة في الانتقاد المباشر للإعلانات وأعادت الدراسة ذلك إلى الثقافة الاجتماعية في الخطاب الاجتماعي التايلاندي المتعلقة بالحفاظ على الانسجام الاجتماعي.

– **دارسة لمياء محمد (٢٠١٠)؛** هدفت الدراسة الاستكشافية إلى النظر في إمكانية تدريب أمُهات لأطفال ما بين السادسة والتاسعة من العمر علي تطبيق مهارات التربية الإعلانية مع أطفالهن في المنزل. وقد التحقت الأمهات بدورة مكونة من ٨ أجزاء والتي تم تدريسها عبر الإنترنت وكان هدفها هو إمدادهن بمهارات ومعلومات تمكنهن من نقد الإعلانات مع أطفالهن بنجاح، وتم استخدام المنهج التجريبي طريقة المجموعة الواحدة وتم الحصول على عينة الأمهات من الطرق التالية (عينة تطوعية، عينة سهل المنال، عينة كرة الثلج) وفي بداية البرنامج التحقت (٣٢) أماً بالدورة التدريبية إلا أن عدد الأمهات الآتي أكمل البرنامج بالفعل كان (١٤) أمًا، **وخلصت الدراسة إلي:** أن البرنامج قد نجح في خلق جو من الحوار في المنزل فيما يتعلق بتحليل الإعلانات. كما أن الأمهات قمن بإعلام الباحثة بأن الأطفال قاموا بتطبيق

بعض ما تعلموه علي بقية البرامج وبدون توجيه الأم حيث قاموا بتحليل الموسيقي والأصوات والمؤثرات الصوتية والكلمات المستخدمة مما يُبين نجاح البرنامج.

– دراسة **Simon & Tracey (2009)**؛ سعت الدراسة إلى تحديد الجهود المبذولة لخفض حالات القلق عن صورة الشكل والوزن بين الشباب المراهقين، وقد استخدمت الدراسة برنامج التربية الإعلامية وقد شملت عينة الدراسة (٣٠٧) طالبًا من طلاب المدارس الثانوية، متوسط أعمارهم (١٣) عامًا، **وخلصت الدراسة إلي:** أن برنامج التربية الإعلامية كان له تأثير في خفض القلق وإتباع نظام غذائي، وخفض القلق نحو عدم الرضا عن شكل الجسم، وخفض الاكتئاب.

– دراسة **Stein & Prewett (2009)**؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء معلمي المواد الاجتماعية في المرحلة الثانوية بولاية تكساس بالولايات المتحدة حول إدخال التربية الإعلامية في مناهجهم الدراسية، حيث تم توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة، **وخلصت الدراسة إلي:** أن المُعلمين يرون أهمية التربية الإعلامية في مناهج المواد الاجتماعية، وأن هُناك حاجة ملحة لتدريب وتأهيل المُعلمين في هذا المجال، كما يُمكن للمُعلمين الذين لديهم اتصال بالانترنت في الفصول توجيه المُتعلمين إلى المواقع الموثوقة، وبالرغم من أن تلك المواقع لا تمثل خططًا جاهزة يطبقها المعلمون على مواضيع الدراسات الاجتماعية، إلا أنها توفر وصولا سهلا لمصادر وسائل الإعلام الهامة.

– **دارسة هناء العمودي (٢٠٠٩)**؛ هدفت الدراسة إلى معرفة واقع مُساهمات مُعلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمُشرفات التربويات بمدينة مكة المُكرمة، وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد شملت عينة الدراسة (٢٣١١) طالبة من طالبات الصف الأول الثانوي وتم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة، بالإضافة إلى عينة من المشرفات بلغت (١٠٠) مشرفة، **وخلصت الدراسة إلي:** أن مُساهمة المُعلمات في التربية الإعلامية كانت بين (ضعيفة) من وجهة نظر الطالبات و (متوسطة) من وجهة نظر المشرفات، كما أن مُتابعة الطالبات للقنوات الفضائية واستخدامهن لشبكة "الإنترنت" لم تكُن لأغراض علمية حيث بلغت نسبة استجابتهن للعبارتين (٤.٢ %). وقد أوصت الباحثة

بضرورة تدريب المُعلمات على تحقيق التربية الإعلامية كمتطلب ضروري من متطلبات عصر الإعلام.

- **دراسة Webb et al (2009)**؛ استهدفت الدراسة الحد من تأثيرات العُنف بوسائل الإعلام بمدارس التعليم الإعدادي، من خلال برنامج يُكسب الطلاب مهارات التفكير الناقد وتذويدهم بمعلومات عن حقيقة العنف المقدَّم من خلال وسائل الإعلام والعنف بالواقع، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (٢٦٢) طالبًا من طلاب المدارس الإعدادية بمدينة لوس أنجلوس الأمريكية، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، **وخلصت الدراسة إلى:** وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات الاختبار للمجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج لصالح المجموعة التجريبية.

- **دراسة Bannon (2009)**؛ استهدفت الدراسة تحري بعض النقاط المُثيرة للجدل الخاصة بالتربية الإعلامية والنظريات المُستحدثة. كما حاولت الدراسة توضيح العلاقة المُركبة بين النظرية والتطبيق، بجانب مُراجعة بعض المناهج الدراسية والموارد التي تتعلق بالتربية الإعلامية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المُصغر من خلال أربع مُعلمين أساسيين، الذي قام الباحث من خلالهم بوضع التحديات التي تواجه المعلم عندما يضع برنامج التربية الإعلامية و قد ناقش كيفية انطباعها على الناحية التربوية، **وخلصت الدراسة إلى:** المعلمون بحاجة إلى موارد حديثة لاستخدامها في مناهج التربية الإعلامية؛ وذلك لتحقيق الأهداف الخاصة بالتربية الإعلامية. كما قام المعلمون بتطوير مناهج التربية الإعلامية وتطبيقاته العملية على أساس تبادل الخبرات الذي حدث خلال المُقابلات بين عينة الدراسة.

- **دارسة طلال بن عُقيل (٢٠٠٩)**؛ استهدفت الدراسة إبراز العلاقة بين التربية والإعلام في الأدبيات التربوية وفي ضوء مفاهيم التربية الإسلامية وتوضيح مفهوم التربية الإعلامية وأهميتها في المرحلة الجامعية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي بشقية المنهج الوصفي الوثائقي والمنهج الوصفي المسحي بما يشتمل عليه من خطوات علمية ومنهجية، وتمثلت عينة الدراسة في (٢٠٩) أستاذ من أساتذة التربية والإعلام في الجامعات السعودية التي يتواجد بها تخصصا التربية والإعلام، واستخدام الباحث الاستبيان في جمع المعلومات عن واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الجامعي السعودي، **وخلصت الدراسة إلى:** أهمية إعداد الطلاب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر، وذلك يتطلب مراجعة المناهج التربوية وتطويرها. وأن

العلاقة بين التربية والإعلام علاقة تكاملية تشاركيه، وهو ما تحقق علي مستوي السياستين الإعلامية والتربوية، أما علي المستوي التطبيقي هناك ضعف فيما بينهم تحتاج إلي إعادة نظر. كما أوضحت أن التربية الإعلامية ضرورة ملحة لإعداد الأجيال في القرن الواحد والعشرين، وهي تعني قراءة الرسالة الإعلامية وتحليلها ونقدها وتقويمها والمشاركة في إنتاجها. وأن التربية الإعلامية تقوم علي فلسفة التناول الناقد للمضامين الإعلامية، وهو اتجاه يتكامل مع الاتجاه الوقائي وليس بديلاً عنه، وضرورة تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية.

- **دراسة سماح محمد (٢٠٠٨)؛** سعت الدراسة إلي تقديم تصور مُقترح لكيفية إمداد طلاب مرحلة التعليم الأساسي في مصر بالتربية الإعلامية في نطاق التعليم، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي بما يشتمل عليه من خطوات علمية ومنهجية يُمكن معها رصد دواعي التربية الإعلامية واستقراء أهم معالمها النظرية والتطبيقية والوقوف علي الخبرات التربوية لبعض الدول في مجال التربية الإعلامية، واستخدمت الباحثة صحيفة استبيان لجمع البيانات عن واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي في مصر، **وخلصت الدراسة إلى:** أهمية البدء من الصف الأول الابتدائي حتى يُمكن أن يسير إدخال التربية الإعلامية بطريقة مُتدرجة فيما يتعلمه الطلاب للحصول على منظومة متكاملة من التعليم. كما أن التربية الإعلامية تتوافق مع الاتجاهات التربوية الحديثة من حيث المعرفة المتكاملة و ضرورة اكتساب المهارات النقدية و حتمية أن يكون الطفل هو قلب العملية التعليمية و مركزها.

- **دراسة عبد الجبار دولة (٢٠٠٨)؛** سعت الدراسة للكشف عن التحديات التي فرضتها العولمة الإعلامية على الإعلام العربي، بالإضافة إلي الكشف عن صيغ تعامل البث الفضائي مع مؤسسات التربية الإعلامية، وتتبني الدراسة مفهوم التربية الإعلامية من الدور التربوي لوسائل الإعلام، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية ترتبط بالتعليم والتعلم من الإعلام بواسطة وسائله وليست مُجرد عملية تعليم عن طريق وسائل الإعلام. وأهمية التنسيق بين المؤسسات التربوية والإعلامية لدراسة التأثير الإعلامي علي الفرد والمجتمع.

- **دراسة خالد صلاح الدين (٢٠٠٨)؛** استهدفت الدراسة تحليل مُحددات الوعي الإعلامي لدى الرأي العام المصري وتأثيره على اتجاهات الرأي العام المصري نحو دور وسائل الإعلام في بث ونشر الشائعات السلبية في المجتمع، وتعتمد الدراسة علي منظور

المسئولية الاجتماعية الذي يركز علي تفعيل وتنمية القدرات النقدية للرأي العام إزاء المضامين الإعلامية، وتندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، وتم الاعتماد علي عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مبحوثًا من مختلف أحياء مدينة القاهرة سواء الفقيرة أو المتوسطة أو الراقية. **وخلصت الدراسة إلى:** ارتفاع وعي الرأي العام المصري بمعايير الوعي الإعلامي المرتبطة بالممارسات الإعلامية غير المسئولة المتمثلة في ترويج الشائعات وتعضيد انتشارها في المجتمع المصري بنسبة (٨٨%) من أراء المبحوثين في العينة. كما وافق المبحوثين بنسبة (٩٤.٣%) من العينة علي أن الوسائل التقليدية (التلفزيون والصحف) تتيح انتشاراً متزايداً للشائعات بدور أكبر من الانترنت وذلك في ضوء خصوصية المجتمع المصري، مما يدل علي ارتفاع وعي الرأي العام المصري بمحددات الوعي الإعلامي الخاصة بطبيعة الوسيلة الإعلامية وارتباطها بحجم انتشار الشائعة. وقد وافق المبحوثين بنسبة (٨٨.٨%) علي أن وسائل الإعلام تختلف فيما بينها علي مدي قدرتها في تكريس ثقافة الشائعة حسب إمكانياتها الإبداعية والجمالية. **كما** يجود ارتباطات خطية ذات دلالة إحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) بين إدراك المبحوثين لمعايير الوعي الإعلامي الخاصة بطبيعة الوسيلة الإعلامية (مطبوعة/ مرئية/ مسموعة/ رقمية)، فضلاً عن إدراكهم لإمكانياتها الأثيرية وبين إدراك الرأي العام المصري لأهمية المسئولية الاجتماعية للإعلام في مواجهة الشائعات التي تضر المجتمع المصري. إضافةً إلى وجود ارتباطات خطية ذات دلالة إحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) بين إدراك المبحوثين للتحيز الإعلامي عبر تكريس ثقافة الشائعات في المجتمع المصري، وإدراك المبحوثين لخطورة تلك الشائعات.

- **دراسة MacDonald (2008)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة كيفية تقديم أُسس التربية الإعلامية التي تم إدخالها على مناهج الدراسات الاجتماعية الموجودة. فهي تعمل على توضح أنواع الأنشطة التعليمية للتربية الإعلامية وانعكاسها على الوعي العلمي لدي الطلبة، بجانب تحديد جوانب التربية الإعلامية (المعرفية، المهارية، الوجدانية)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وتكونت عينة الدراسة من طلاب مُتعددي الأجناس في الصفين الرابع و السادس من مدرستين في المرحلة الأساسية، وتشمل أدوات الدراسة مراقبة مكثفة للفصول، مقابلات مع المعلمين والمُتعلمين، استمارات، ومحاضرات، **وخلصت الدراسة إلى:** أظهار طلاب الفرقتين قابلية لفهم و تطبيق أسس التربية الإعلامية التي تم تدريسها. كما وفرت هذه الدراسة تفعيل وصفي للتربية الإعلامية و شكلت خطوة أولى لتنمية شبكة مرنة و فعالة في هذا المجال.

– **دراسة (2008) Mihalidis pual**؛ استهدفت الدراسة إلى معرفية كيفية جعل المُتعلمين للتربية الإعلامية أكثر مُشاركة وأن يكونوا مُستهلكين للمعرفة من وسائل الإعلام، وقد شملت عينة الدراسة (٢٣٩) طالبًا جامعيًا من جامعة ماري لان، **وخلصت الدراسة إلى:** أن المُتعلمين المُسجلين في برنامج التربية الإعلامية نمت قدراتهم على الفهم وتقييم وتحليل الرسائل الإعلامية. كما أنهم أصبحوا أكثر مُشاركة ووعي في التعامل مع وسائل الإعلام.

– **دراسة (2008) Artin Lahiji**؛ سعت الدراسة إلى بناء إطار نظري يُساعد الشباب على تقييم مشاركتهم في المستويات المتميزة من التربية الإعلامية، فيما يتعلق بالإنتاج الإعلامي والإبداع النقدي ومهارات التعلم مدى الحياة، **وخلصت الدراسة إلى:** أن مُشاركة الشباب في مهارات الإنتاج الإعلامي يحولهم من مُستهلكين إلى منتجين، وأن المهارات الإنتاجية في التربية الإعلامية توفر مساحة إبداعية لتعلم التفكير النقدي واكتساب المهارات الإبداعية والجمالية في اللمسات الفنية للرسائل الإعلامية، وأكدت الدراسة أهمية اكتساب المهارات الإبداعية من أجل إنتاج المعاني الأصيلة وذات القيمة الفكرية والاجتماعية، وأكدت أن التربية الإعلامية تساعد من خلال مهاراتها المختلفة على تعزيز مهارات التعلم مدى الحياة بصورة عفوية وذكية. وأشارت الدراسة إلى مفهوم التعلم بالممارسة The concept of "learning by doing" وأكدت أن مُشاركة الشباب في مهارات الإنتاج الإعلامي جزء من التربية الإعلامية وأنها توفر مساحة إبداعية لتعلم التفكير النقدي واكتساب المهارات الإبداعية والجماعية في اللمسات الفنية للرسائل الإعلامية.

– **دراسة (2008) Manalili**؛ سعت الدراسة إلى وصف محتويات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية السويدية ومقارنتها بالمناهج المقابلة لها في كندا وبريطانيا، **وخلصت الدراسة إلى:** أن وثائق المناهج الدراسية السويدية تؤكد أن التربية الإعلامية موجّهة نحو هدف مُحدد، في حين أن وثائق المناهج في المملكة المتحدة وكندا أكثر شمولا و تفصيلاً، وأن بريطانيا وكندا قامتا بتضمين التربية الإعلامية في معظم المواد الدراسية، وأفردت لها كندا مادة مستقلة في فنون اللغة، أما بريطانيا والسويد فإن التربية الإعلامية فيهما عبارة عن وحدات دراسية محدودة ومفصولة كالجزر المستقلة.

– **دراسة (2008) Christa Love**؛ سعت الدراسة إلى دراسة مقارنة تأثير أساليب تدريس أنشطة التربية الإعلامية التحليلية وأنشطة التربية الإعلامية الإنتاجية والأنشطة التحليلية

والإنتاجية ومعرفة درجة تأثيرها على تحصيل طلبة الصف الثامن الأساسي ومواقفهم تجاه الإعلانات التجارية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن المُتعلمين الذين درسوا الأنشطة التحليلية والإنتاجية كانوا أكثر قُدرة على تمييز وإدراك التقنيات الإعلامية في الإعلان والجمهور المستهدف والقيم الاجتماعية، والقوالب النمطية في الإعلانات التجارية وأكدت الدراسة وجود معوقات عند الاشتراك في نشاط التحليل تتمثل في تحديد المصادر المناسبة، وكيفية التعامل مع المنافسة بين الإعلانات التجارية، ومعرفة القيم الاجتماعية، ومناقشة الصور النمطية العنصرية عند المشاركة في أنشطة الإنتاج، وأشارت الدراسة إلى أن المُتعلمين الذين شاركوا الأنشطة التحليلية أكبر قدرة على اكتشاف الحيل الإعلانية وأساليب الترويج الدعائي من المُتعلمين الذين شاركوا في الأنشطة الإنتاجية فقط.

– **دراسة Shawn Naphtali (2008)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على حوافز المُشاركين في برامج التربية الإعلامية وتأثيرات التربية الإعلامية ونتائجها المستدامة، **وخلصت الدراسة إلى:** أن أهم الحوافز للمُشاركة في مشاريع التربية الإعلامية، تمحورت حول الحرص على ممارسة أساليب إبداعية في التعليم وتجديد الأساليب التربوية وتعزيز قدرات الأفراد ومهاراتهم وتحقيق طموحاتهم الإعلامية والحصول على حوافز مالية واجتماعية. كما توصلت الدراسة إلى أن الحوافز الخاصة بتعزيز القدرات كانت أكثر تأثيراً من الحوافز الخاصة بتحقيق الطموح الإعلامي والحوافز المالية والاجتماعية، وأن المشاركين كانت لديهم دوافع كبيرة للمشاركة من أجل تعزيز المقاصد التربوية الخاصة بتطبيق التربية الإعلامية أكثر من حوافز الحصول على مزايا أخرى، وأكدت الدراسة التأثير الكبير لدى الطلبة الذين تعرضوا لبرامج التربية الإعلامية وأنهم أصبحوا أكثر وعيًا بواقعهم، وتحسنت قدراتهم على المُشاركة الايجابية في قضايا المجتمع واكتسبوا مهارات إعلامية جديدة. وأكدت أن أهم النتائج المستدامة للتربية الإعلامية، تتمثل في تعزيز قدرات التمكين ومنح الطلبة أدوات التعليم الذاتي والتعلم المستمر.

– **دراسة عصام جابر (٢٠٠٨)**؛ سعت الدراسة إلى تقديم رؤية مُستقبلية للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم قبل الجامعي بمصر في ضوء تحديات الثقافة التشاركية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، **وخلصت الدراسة إلى:** اقتراح إطارًا للتربية الإعلامية بالتعليم قبل الجامعي بمصر.

– **دراسة حصة بنت عبد الرحمن (٢٠٠٧)؛** سعت الدراسة إلى معرفة مدى اكتساب طالبات المرحلة الإعدادية بصفوفها الثلاثة بالمملكة العربية السعودية لمهارات التفكير الناقد لما تبثه الفضائيات من مضامين تتعارض مع القيم والمبادئ الإسلامية، وهذه الدراسة استطلاعية وصفية، واعتمدت على منهج المسح، واستخدمت الاستبيان في جميع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بلغ حجمها (٢٢٠) طالبة من طالبات المرحلة الإعدادية بصفوفها الثلاثة، **وخلصت الدراسة إلى:** أن الغالبية العظمي من الطالبات في العينة بنسبة (٩٠%) يفضلن مشاهدة المضامين التلفزيونية الأجنبية، في حين أن (١٠%) فقط لا يشاهدن المواد الأجنبية لعدم مُلائمتها لهن، كما يعزفن(٨٥%) من الطالبات عن مشاهدة البرامج الدينية، و(٩٠%) من الطالبات يعزفن عن مشاهدة البرامج العلمية. وأن خلو المناهج في المرحلة الإعدادية من أساليب ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام، خاصة المضامين التلفزيونية، وبالتحديد المواد الترفيهية والأجنبية، مما يساعد علي نمو ملكات التفكير الناقد لدي طلبة هذه المرحلة لما تبثه الفضائيات. كما أظهرت الدراسة أن كُلما تدرجت الطالبات بالصفوف الدراسية، كلما ازدادت رغبتهن في مُشاهدة مضامين تلفيزيونيه لا تمثل واقعهن أو تشبه بيئتهن، مما يكون له تأثيراً سلبياُ عليهن. وقد خلصت الدراسة إلي أن النظام التعليمي في المجتمعات العربية مازال عاجزاً عن مواكبة المستجدات الإعلامية والتكنولوجية، فمازال التعليم محصورًا في اكتساب المهارات التقليدية في القراءة والكتابة، ولا يرقي لاكتساب مهارات التفكير الناقد لما تبثه وسائل الإعلام، مما يعرض النشء لمخاطر هذه الوسائل، لذلك أوصت الدراسة بأهمية تطوير المناهج كضرورة حتمية لتطوير إمكانات المواطن السعودي، بما يُمكنه من التعامل الواعي والناقد لهذه الثورة الإعلامية.

– **دراسة خالد الصمدي (٢٠٠٧)؛** استهدفت الدراسة توضيح كيفية بناء منظومة رقابة ذاتية تمكن من الاختيار الإيجابي الموزون للمشهد الإعلامي، ومن امتلاك حاسة نقدية للمشهد السلبي. وسعت الدراسة إلى تحقيق هدفها من خلال تسليط الضوء على التجربة المغربية، في المقاربات التربوية لإدماج القيم الإعلامية في المناهج التعليمية، **وخلصت الدراسة إلى:** وجود وحدة متكاملة للتربية الإعلامية في منهاج مادة التربية الإسلامية في المغرب، ضمن تسع وحدات هي، وحدة التربية الاعتقادية والتعبدية، وحدة التربية العقلية والمنهجية، وحدة التربية الاجتماعية والأسرية، وحدة التربية الاقتصادية والمالية، وحدة التربية الحقوقية، وحدة التربية الإعلامية والتواصلية، وحدة التربية الصحية والوقائية،وحدة التربية البيئية، وحدة التربية الفنية

والجمالية. وحددت الدراسة محتويات وحدة التربية الإعلامية والتواصلية من حيث أهدافها العامة وأهدافها الخاصة المُرتبطة بكل سنة دراسية ومحتوياتها الدراسية، بالإضافة إلى إيراد درس نموذجي من دروس الوحدة بمختلف خطواته وأنشطته كما وضعه المؤلفون في الكتاب المدرسي.

– **دراسة حسين أبو بكر (٢٠٠٧)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة واقع دور المدرسة السعودية (الحكومية والخاصة) في التربية الإعلامية في ضوء وثيقة سياسة التعليم، والكشف عن الصعوبات والتحديات التي تواجه التربية الإعلامية في هذه المدارس ومعرفة التربية الإعلامية المطلوبة. وهي دراسة مكتبية استخدم فيها الباحث المنهج الوصفي التحليلي اعتمادًا على المصادر التالية:

- البحوث والدراسات والوثائق والسجلات - موقع وزارة التربية والتعليم السعودية – الإنترنت -خبرة الباحث خلال خمسة وعشرون عاماً من التعامل مع قضايا التعليم العام والبرامج التدريبية ودورات مديري ومديرات المدارس والمشرفين التربويين، والزيارات الميدانية للمدارس، **وخلصت الدراسة إلى:**

- واقع الإعلام التربوي الموجه للتعليم العام في المملكة العربية السعودية: تعمل الإدارة العامة للعلاقات والإعلام التربوي، بوزارة التربية والتعليم، على استثمار الوسائل الإعلامية وتوظيفها لخدمة التربية، وإيصال الرسالة التعليمية إلى مجتمع الإعلام التربوي، وتتبعها إدارتي الإعلام التربوي والعلاقات العامة. ويقوم الإعلام التربوي بمهام كثيرة منها:

- الإشراف على تخطيط البرامج الإعلامية وتنفيذها - الإشراف على إصدار الأدلة التعريفية والإعلامية - إعداد التوضيحات للصحف، والتنسيق مع قطاعات الوزارة بشأن ما ينشر في الصحافة في كل ماله علاقة بالتربية والتعليم- الإشراف على التعريف بأنشطة لوزارة وأعمالها في وسائل الإعلام المختلفة -إصدار النشرات الإعلامية- إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية ذات الصلة بالتربية والتعليم وما يتصل بهما من لقاءات وآراء وقضايا -تقويم أنشطة الإعلام التربوي في المدارس ودعمها وتفعيل دوره في المجتمع المحلي- التواصل مع التربويين والمثقفين

والإعلاميين الذين يمكن الاستفادة من آرائهم ومقترحاتهم لتطوير العمل التربوي - تنفيذ حملات التوعية العامة (المملكة العربية السعودية، وزارة التربية والتعليم، الإدارة العامة للعلاقات والإعلام التربوي).

- كما أن التربية الإعلامية والإعلام التربوي ضعيف جدًا أمام هيمنة وسيطرة وسائل الإعلام المُختلفة العربية والأجنبية التي طغت وبغت وتجاوزت الخطوط الحمر ، ومن أهم الوسائل المستخدمة في المدارس الإذاعة المدرسية، والملصقات. وهناك وسائل أخرى مستخدمة (سلبًا) مثل الكتابة على الجدران والكراسي، والجوالات التي تنقل رسائل وصور تنتهك القيم التربوية.

- ومن أهم الصعوبات التي تواجه التربية الإعلامية: طبيعة المبنى -حيث أن ما يقارب من (٦٠%) من مباني المدارس على مستوى المملكة مُستأجر -مراكز مصادر التعلم محدودة -عدم توفر قوى بشرية مؤهلة إعلاميًا -عدم توفر تمويل للمدرسة- عدم توفر مركز مصادر للتعلم في كثير من المدارس- عزوف المعلمين عن استخدام مركز مصادر التعلم إن وجد - بعض المدارس مصدر طرد وليس جذب - عدم وضوح أهمية الإعلام التربوي لدى المسئولين- عدم وجود حوافز- الوقت المستنزف لمتابعة الأسهم والرياضة.

- وتتمثل التربية الإعلامية المطلوبة في: تربية تسهم في عملية التثقيف: التثقيف الأخلاقي، التثقيف الاجتماعي، التثقيف الإنساني، هذا إلى جانب التثقيف التربوي والتعليمي - الحاجة إلى إعلام تربوي قادر على الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة ، وتطويعها لخدمة الفعل التربوي- مطلوب إعلامًا تربويًا يكون مُعينًا للمعلمين وللآباء والأمهات في تقريب المعلومة لذهن الطالب، ودالا له على سبل تحصيل العلم والمعرفة، وتأصيل القيم الإسلامية النبيلة -إن على الإعلام التربوي أن يُعايش ظروف مُجتمعه الزمانية والمكانية- أن يؤكد للناس المفاهيم الحقيقية للتعليم، والقضاء على المفهوم الذي يربط التعليم بالوظيفة، والرغبة في الوظائف البارزة التي يسميها البعض الراقية أو العليا.

وخلصت الدراسة إلى: أن واقع التربية الإعلامية ضعيفاً أمام هيمنة وسيطرة وسائل الإعلام. كما تتمثل قضية الكفاءة الداخلية لنظام التعليم العام في ضُعف الاتساق بين مُدخلات النظام ومُخرجاته.

– **دراسة Look Sharp (2006)؛** مبادرة في مجال التربية الإعلامية بكلية Ithaca الأمريكية؛ سعت الدراسة للتعرف على الاعتبارات والأسس التي يجب مُراعاتها عند دمج التربية الإعلامية في أي منهج دراسي للمُتعلمين، **وخلصت الدراسة إلى:** اثنتا عشر مبدأ أساسي يجب مراعاتها عند تصميم أي منهج للتربية الإعلامية، ومن أهم هذه المبادئ: تدريب المُتعلمين على مهارات المُلاحظة العامة والتفكير الناقد والتحليل والتقييم لما يتلقوه من رسائل إعلامية، تشجيع المُتعلمين على إبداء آرائهم ووجهات نظرهم تجاه الموضوعات والقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام، تصحيح المُعتقدات الخاطئة التي يكونها المُتعلمين من وسائل الإعلام، توعية المُتعلمين بالتكنيكات والحجج الإقناعية التي يستخدمها القائمون بالاتصال في مُعالجة الرسالة الإعلامية، توعية المُتعلمين بأن التربية الإعلامية لها دورًا إيجابيًا في تطوير شخصيتهم والمُجتمع.

– **كما اقترح مجموعة من الأساليب في أي منهج تعليمي، ومنها:**

- استخدام وسائل الإعلام كأداة تعليمية (منهجية) لإمداد المُتعلمين بالمعلومات عن بعض الموضوعات.
- استخدام وسائل الإعلام لبناء وممارسة بعض المهارات المنهجية، مثل استخدام وسائل الإعلام المطبوعة لتطبيق مهارات القراءة والاستيعاب.
- استخدام وسائل الإعلام كأداة تقييميه للمُتعلمين؛ من خلال عرض مادة إعلامية في نهاية الدرس، تحتوي على معلومات خاطئة عن موضوع ما، ثم مُلاحظة هل يستطيع المُتعلمين تحديد ما هو الصحيح وما هو الخطأ في تلك الرسائل الاتصالية.
- استخدام وسائل الإعلام بهدف ربط المُتعلمين بالمُجتمع، والعمل على تحقيق تغيير إيجابي، من خلال البحث عن إمكانية التنسيق والتعاون مع مؤسسات اجتماعية مثل (المتاحف، والمكتبات، والمعارض) التي يُمكن أن تُمكن الطلاب من المُشاركة في تحليل وإنتاج مواد إعلامية.

– **دراسة (2006) Simon et al**؛ استهدفت الدراسة التعرف على اســتخدام التربيــة الإعلامية كأهم الحلول الخاصة للمُشكلات الصحية التي تواجه المُراهقين ليــتم نشــرها فــي المُجتمع عن طريق الوالدين، وهذا من أجل تقليل الإثــارة الضــارة لوســائل الإعــلام علــى المراهقين ومن أجل تعزيز التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام عليهم، وهذا يعني القُدرة علــى تحليل وتقييم وسائل الإعلام المُختلفة ومعرفة تأثيرها على الأفراد والمُجتمعات وكيفية الحد من الوقت الذي يتم قضاؤه مع وسائل الإعلام مع التركيز على تنمية القُــدرات النقديــة لمــا يــتم التعرُض له من وسائل الإعلام مع فهم التطبيقات والتأثيرات الخاصة بوسائل الإعــلام علــى أشكال حياتنا، **وخلصت الدراسة إلى:** أن دور الوالدين في إيجاد بدائل إيجابية للأطفال ومراقبة ما يتعرضون له في وسائل الإعلام أو المُشاهدة الجماعية معهُم أو بشكل نشط، كمــا ناقشــت الدراسة دور الأطفال وربطهم ببعض المشكلات الصحية والسلوكية بما يتم التعرض لــه فــي وسائل الإعلام ودورهم في إرشاد الوالدين، كما تم تقديم توصيات خاصة للمؤسسات التعليميــة والدنية والإعلامية وجماعات الضغط من أجل نشر مفاهيم التربية الإعلامية ومهاراتها. كما أن الدور الكبير التي تقوم به وسائل الإعلام في حياة المُراهقين، وأن التراث العلمي يزخر بــآلاف الدراسات التي تُركز على الدور السلبي لوسائل الإعلام علــى صــحة المُــراهقين وحيــاتهم الاجتماعية، ومع ذلك هناك بعض الدراسات التي تُظهر التأثرات الإيجابية المحــدودة لوســائل الإعلام على المُراهقين.

– **دراسة (2006) Abdel-raheem**؛ استهدفت الدراسة فحص كفاءة دروس التربيــة الإعلامية في الحد من تدخل وسائل الإعلام في حياة الشباب، وقد شملت عينة الدراسة (٢٣٧) طالبًا متوسط أعمارهم (١٣) عامًا، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التعرض لوسائل الإعلام يــؤدى إلى ضغوط اجتماعية وثقافية، كما أن التعرض لها يؤدى إلى الاكتئاب.

– **دراسة غادة حسام الدين (٢٠٠٦)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة أثر برنــامج مُقتــرح للمُشاهدة الناقدة على اكتساب طفل مرحله التعليم الابتدائي لمهارات المُشاهدة الناقدة، والقــدرة على فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية الموجهة إلية، واعتمدت الدراســة علــى المــنهج شــبة التجريبي، واستخدمت مقياس لمعرفة مدى اكتساب الأطفال لمهارات المُشــاهدة الناقــدة بعــد تعرضهم لبرنامج مُقترح لمهارات المُشاهدة الناقدة، كما اعتمدت الدراسة على اســتطلاع رأي

عينة من الآباء حول عادات وأنماط مُشاهدتهم التلفزيونية، وقد شملت عينة الدراسة (٣٠) طفلاً من تلاميذ الصف الثالث الابتدائي بمدرسة بورسعيد الخاصة للغات.

وخلصت الدراسة إلى: فاعلية البرنامج المُقترح لمهارات المُشاهدة الناقدة في إكساب الأطفال هذه المهارات، والتي تمثلت في فهم عناصر العمل التلفزيوني البشرية والمادية، والقدرة على التمييز بين المضمون الواقعي والمضمون الخيالي، وفهم كيفية صناعة الإعلان، والكارتون، وأفلام السينما، والتعرف على تقنيات الكاميرا والمؤثرات الصوتية، وكيفية تأثيرها على المضمون المُقدم، وتعريف الطفل الفرق بين البرامج المُختلفة وكيفية إعدادها كالبرامج الإخبارية، والثقافية، والمنوعات. كما نجحت الأطفال في المجموعة التجريبية في تصميم وتنفيذ برنامج تلفزيوني مُصغر باستخدام الأدوات المُتاحة لهم مما يدل على فاعلية البرنامج الذي قُدم لهم، والتأكيد على إمكانية إدخال برامج مُماثلة لمهارات المُشاهدة الناقدة ضمن منهج تربوي لتنمية الوعي الإعلامي بصفة عامة والمشاهدة الناقدة للتلفزيون بصفة خاصة. كما أظهرت النتائج ازدياد رغبة الأطفال في المجموعة التجريبية في نقد المضمون التلفزيوني السيئ من خلال رفض مُشاهدته، وعدم التوحد مع الشخصيات التي تُقدم أشكال مرفوضة من الأفعال والسلوك، والتعامل مع التلفزيون بإيجابية من خلال مشاهدة البرامج المفيدة، واعتبار التلفزيون مساعد تعليمي في الحصول علي المعلومات دون الاعتماد علية كلية واللجوء إلي مصادر معلوماتية أخري. كما بين استطلاع رأي الآباء الحاجة إلى ضرورة خلق وعي إعلامي لديهم بكيفية المٌشاهدة التلفزيونية الإيجابية مُتمثلة في: أن يُقلل الآباء من حجم مُشاهدتهم التلفزيونية، وتحديد وقت لغلق التلفزيون يلتزم به جميع أفراد الأسرة، والحرص على مُناقشة الصغار فيما يتم مُشاهدته سواء أثناء عرض البرنامج أو بعده، وتوفير بدائل لقضاء وقت الفراغ بعيدًا عن التلفزيون. وأوصت الدراسة بضرورة إدراج برنامج للمُشاهدة الناقدة كجزء من منهج يُنمي الوعي الإعلامي لدى الأطفال في المدارس، مع تخصيص أوقات يتلقى فيها الآباء والأطفال والمدرسون لمُناقشة التجارب التلفزيونية، ومدى تأثيرها على الأطفال.

- **دراسة عبد الرحيم درويش (٢٠٠٦)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة الأُسس والمهارات التي تقوم عليها التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية ترتكز بشكل أساسي عليى مهارات التعرض النقدي لوسائل الإعلام وتتمثل أهم مهاراتها في: الفهم التحليلي والتأملي لوسائل الإعلام، وفهم المكونات الفنية أو الجمالية للمضمون الإعلامي، خاصة

المضمون التلفزيوني، وفهم أبنية مؤسسات وسائل الإعلام، والسياق الاقتصادي والاجتماعي لها، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام والمشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية سواء المرئية أو المسموعة، والتأثير علي متخذي القرارات في وسائل الإعلام. كما أن الأسرة والمدرسة يعتبران المُحرك الأساسي للتربية الإعلامية، لذلك يجب على الأسرة أن تتعاون مع المدرسة من أجل تدريب النشء على تحليل وإدراك الرسالة الإعلامية، والانتقاء الايجابي والواعي لما يتعرضون له من مضامين، للاستفادة منها والبعد عن أضرارها. وقد أوصت الدراسة الأنظمة الإعلامية الحالية في المجتمعات العربية- لما لها من عادات وتقاليد بوضع تصنيف لكافة المواد التلفزيونية حتى يعرف الوالدان طبيعة المادة التي يشاهدها أبناؤهم وهذا ما يحدث في الدول المتقدمة.

– **دراسة Wilksch et al (2006)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على فاعلية دروس التربية الإعلامية في الحد من آثار وسائل الإعلام على النشء والشباب، وقد شملت عينة الدراسة (٢٣٧) طالبًا متوسط أعمارهم ١٣ عامًا، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداه لجمع البيانات، **وخلصت الدراسة إلى:** أن درجة تأثير وسائل الإعلام على الإناث أكثر من الذكور حيثُ أن نسبة تأثير الإناث بلغت (٥٤%) أما نسبة تأثير وسائل الإعلام على الذكور بلغت (٤٢%).

– **دراسة Wade et al (2006)**؛ سعت الدراسة إلى مُقارنة فاعلية برنامج التربية الإعلامية وبرنامج تقدير الذات المُصممة للحد من أخطار اضطراب الطعام، وقد شملت عينة الدراسة (٧٦) طالبًا تم اختيارهم بالشكل العشوائي وأجُري التقييم لمخاطر اضطراب الطعام خلال ثلاثة شهور، **وخلصت الدراسة إلى:** التربية الإعلامية وسيلة آمنه للحد من عوامل الخطر لاضطراب الطعام. كما أن مجموعة برنامج التربية الإعلامية أقل في متوسطات درجات القلق على الوزن من مجموعة برنامج احترام الذات.

– **دراسة طارق محمد (٢٠٠٥)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على المفاهيم والمهارات الإعلامية اللازمة والمُناسبة لتلاميذ المرحلة الإعدادية؛ وذلك لتصميم منهج مُقترح لتدريس مهارات التربية الإعلامية لطلبة هذه المرحلة والتعرف أيضًا على مدى فاعلية هذا المنهج المُقترح، ومدى استجابة المُتعلمين له، واعتمدت الدراسة على منهجين، الأول هو منهج المسح بالعينة، حيث اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من (٣٠) خبيرًا من خُبراء التربية والتعليم

والإعلام التربوي وإعلام الطفل والممارسين للعمل الإعلامي داخل المدارس، وذلك لمعرفة المهارات التي ينبغي أن يتضمنها منهج التربية الإعلامية، واستخدمت الدراسة الاستبيان في جمع البيانات من الخبراء والمنهج الثاني هو المنهج التجريبي، حيث اعتمدت الدراسة علي مجموعتين تجريبية يتم تدريبها علي مهارات التربية الإعلامية وفق المنهج المقترح من قبل الخبراء، والأخرى ضابطة لا تدرب علي هذه المهارات، وكل مجموعة مكونة من (٣٥) تلميذ وتلميذة من الصف الثاني للمرحلة الإعدادية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن أجمع خُبراء عينة الدراسة على أهمية وضرورة التربية الإعلامية وفق منهج مُخطط له بدقة لطلبة المرحلة الإعدادية بصفوفها الثلاثة، على أن يتم تدريس المنهج بشكل مُبسط للمُتعلمين مع توفير كافة الإمكانات اللازمة من تقنيات إعلامية وتكنولوجيا وكُتب ومراجع وملصقات ومدرسين مُتخصصين لتدريس هذا المنهج، وضرورة تقييم المُتعلمين باستمرار لمعرفة مدى استيعابهم واستجابتهم لمنهج التربية الإعلامية. كما أستخلص الباحث من أراء الخُبراء مجموعة من المهارات الإعلامية التي ينبغي أن يتضمنها المنهج المُقترح للتربية الإعلامية لطلبة المرحلة الإعدادية وتتمثل في (القُدرة على استخدام وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بذكاء ووعي، والقدرة على انتقاء المضامين الإعلامية المُفيدة لهم، والقدرة على التفرقة بين الواقع والخيال، والوعي بالأخلاقيات والواجبات الاجتماعية التي يجب أن يقوم بها العمل الإعلامي.

وخلصت الدراسة التجريبية إلى: انخفاض مستوى الوعي الإعلامي والمهارات الإعلامية لدى الطلبة والتي تُمكنهم من التعامل الناقد والايجابي للرسائل الإعلامية سواء في المجموعة الضابطة أو التجريبية. وقد تفوقت المجموعة التجريبية مقارناً بالمجموعة الضابطة في مُمارسة الأنشطة الإعلامية داخل المدرسة بفاعلية ونجاح سواء من خلال إصدار الصحف أو المجلات أو الملصقات الإعلامية، أو المشاركة في الإذاعة المدرسية. وقد أرتفع الوعي للمُتعلمين في المجموعات التجريبية بعد تدريبهم على مهارات التربية الإعلامية وفق المنهج المُقترح، حيثُ أصبحوا قادرين على نقد الرسالة الإعلامية، والإدراك الواعي لاستخدامات وسائل الإعلام وتحقيق الإشباعات الإيجابية منها، والقدرة علي التمييز بين الجيد والرديء في المضامين الإعلامية. وقد أوصت الدراسة بأهمية إدراج منهج للتربية الإعلامية يتم تدريسه لمختلف المراحل التعليمية.

- **دراسة Carolan, Constance (2005)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على رأي تلاميذ المرحلة الابتدائية في محتوي منهج للتربية الإعلامية ومدى الاستفادة من مهارته التي تشمل فهم وتحليل وتقيم الرسائل الإعلامية واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي على عينة تكونت من (٧) تلاميذ بمدرسة ابتدائية وكانت أدوات الدراسة المُستخدمة برنامج للتربية الإعلامية بالإضافة إلى إرشادات لأولياء الأمور في شكل حقائب معلوماتية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن أكثر المفاهيم التي استفادت منها الأطفال بعد البرنامج نقد الإعلانات وتحليلها والوصول إلى مضمون الرسائل بها. كما أفادت عينة الدراسة بأهمية التربية الإعلامية كمنهج دراسي بالمدرسة، كما أكدوا أنهم لم يستفيدوا فقط من البرنامج ولكنهم استمتعوا به أيضًا.

- **دراسة Scharrer. Erica (2005)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير منهج التربية الإعلامية على تغيير اتجاهات الأطفال نحو العنف، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي ذي المجموعة الواحدة، وقد شملت عينة الدراسة (٩٣) تلميذاً من تلاميذ الصف السادس الابتدائي، وكانت الأدوات المُستخدمة في الدراسة برنامج يحتوي على بعض العروض التلفزيونية والمناقشات، وتدريبات على المُشاهدة التحليلية لما تُقدمه العروض، واختبار قبلي بعدي، **وخلصت الدراسة إلى:** ازدياد الاتجاهات الرافضة للعنف التلفزيوني بعد تطبيق المنهج المقترح. وقد أظهرت إجابات الأطفال على الأسئلة المفتوحة تعزيزًا ايجابيًا لتحليل العنف التلفزيوني. كما أظهرت الدراسة بعض النتائج الضمنية المحتملة حول اثر التلفزيون على التعليم عند الأطفال.

- **دراسة عبد الوهاب بوخنوقة (٢٠٠٥)**؛ هدفت الدراسة السابقة إلى توضيح مخاطر غياب دور المدرسة في تربية الطفل على التعامل مع وسائل الإعلام في عصر الانفتاح الإعلامي، **وخلصت الدراسة إلى:** ضرورة تمكين أبنائنا من التلقي الفاعل والناقد للرسائل الإعلامية، وتمكينهم من إنتاج وإبداع الرسائل بأنفسهم، وأشارت إلى أننا كلما اتجهنا نحو عمق القرن الحالي؛ كان واضحاً أننا في حاجة إلى تطوير المهارات المرتبطة بالاستخدام والتحليل الإعلامي في حياتنا المهنية، وحياتنا العادية.

- **دراسة سامية صالح (٢٠٠٥)**؛ هدفت إلى توضيح أهمية التربية الإعلامية في ظل المتغيرات العصرية، والتوسع المذهل في تطبيقات تكنولوجيا الاتصالات، فلم تعد وسائل

الاتصال تقتصر على الراديو والتلفزيون، أو الفيديو والصحيفة،فقد أصبح الفضاء غارقاً في رسائل الأقمار الصناعية والانترنت، والرسائل المتنقلة في الهواتف المحمولة، والوسائط الإلكترونية الأخرى، **وخلصت الدراسة إلى:** أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والزمني لم تُعد علاقة خطية، إذ تحولت إلى علاقة أسية. كما أكدت الدراسة أن أهم واجبات العلم، تدعيم النمو الذاتي للفرد للحاق بسباق المستقبل، وأوصت بتطبيق خطة متكاملة لتدريب هيئة التدريس في مختلف المؤسسات التعليمية، بدءًا من الروضة وحتى الجامعة، لتدريس التربية الإعلامية. كما أوصت الدراسة بزيادة المؤتمرات، و الندوات، والبرامج الإعلامية التي تُساهم في التوعية في مجال التربية الميدياتيكية (الإعلامية).

– **دراسة Center For Media Literacy (2004)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على الأسس المنهجية والاستراتيجيات التي تقوم عليها التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أهمية تدريب الأطفال على مهارات التربية الإعلامية سواء من خلال المنزل أو المدرسة في إطار الكم الهائل من الرسائل الإعلانية والإعلامية التي يتلقونها يوميًا، لذلك يجب تعليمهم كيفية إدراك الهدف من الإعلان أو البرنامج حتى لا يتم التأثير عليهم بشكل سلبي. كما أوضحت الدراسة مجموعة من الأسس المنهجية التي تعتمد عليها التربية الإعلامية من أهمها ما يلي:

- تقوم التربية الإعلامية على تحليل ونقد مُختلف جوانب الرسالة الإعلامية سواء العقلية أو العاطفية أو الفنية أو الجمالية أو الأخلاقية.
- تقوم التربية الإعلامية على إدراك الأهداف والحجج الإقناعية والتكنيكات التي يوظفها القائم بالاتصال في مُعالجة رسالته للتأثير على عقل الجمهور مما يُقلل من التأثيرات غير المرغوبة.
- أهمية تعاون الأسرة مع المدرسة في إكساب الطفل مُنذ الصغر ملكات التفكير النقدية، والقدرة على التفرقة بين الواقع والخيال لما يتلقوه من مضامين إعلامية.

– **دراسة منال محمد (٢٠٠٤)**؛ استهدفت الدراسة تحديد أهداف ومصادر وخصائص التربية الإعلامية للوالدين، وما يتصل بها من نواح عقلية، ومعرفية، ووجدانية، ونفسية، وسلوكية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية للوالدين لا تسير في اتجاه واحد، وإنما هي عملية تأثير وتأثر من جانب الوالدين والأبناء، ويتمثل الهدف الأساسي للتربية الإعلامية للوالدين في الوصول لأفضل استخدام مُمكن لوسائل الإعلام من جانب الأبناء بما يُحقق لهم

تنميةً وتطويرًا ورُقيًا في الجوانب العقلية والوجدانية والسلوكية. **كما** تسير أهداف التربية الإعلامية من قبل الوالدين للأبناء في ثلاث نواح متوازية مُتمثلة في:

- النواحي العقلية والمعرفية تتمثل في: تدريب الأبناء على طريقة التفكير العلمي والناقد وإكسابهم المهارات العقلية والنقدية، وتعليمهم كيف يستمعون ويحسنون الاستماع، وتعليمهم كيف ينتقون المضامين المُفيدة لهم.
- النواحي الوجدانية والنفسية تتمثل في: تنمية اتجاهات الأبناء الإيجابية تجاه المضامين التثقيفية والمتسقة مع القيم الدينية والاجتماعية، وتنمية رغبتهم في الرقابة الذاتية تجاه ما يتلقوه من رسائل.
- النواحي السلوكية وتتمثل في: تدريب الأبناء على كيفية استخدام الوسائل من الناحية التقنية، وتحويلهم من مُتلقين سلبيين إلى مُتقلين إيجابيين للرسائل الإعلامية، وتدريبهم على وضع الخطط المُسبقة عند التعامل مع وسائل الإعلام.

وتتمثل مصادر التربية الإعلامية كما حددتها الباحثة في كل من: القرآن الكريم والسنة النبوية، الضوابط التي يُحددها كل من المُجتمع والأسرة.

– دراسة **Lamya Tawfic (2004)**؛ سعت الدراسة لاستكشاف مدى إمكانية تطبيق التربية الإعلامية في المدارس المصرية، والتعرف على دور الوالدين والمعلمين في محو الأمية الإعلامية للأطفال المصرية خاصًا الأمية التلفزيونية، والتعرف على مستوى وقدرات الأطفال المصرية في مجال التربية الإعلامية، ومعدلات إدراكهم واستيعابهم لمراحل إنتاج الدراما والإعلان، ومدى وعيهم بالتقنيات التكنولوجية التي يعتمد عليها الإنتاج التلفزيوني، ومدى إمكانية دمج التربية الإعلامية ضمن المُقررات والمناهج الدراسية، والتعرف أيضًا على المعوقات والتحديات المُحتملة عند تطبيق التربية الإعلامية في المدارس المصرية، والتعرف على كيفية تدريب المُتعلمين على تحليل وتفسير ونقد المضامين التلفزيونية خاصًا الدراما والإعلانات، واعتمدت الدراسة علي المنهج الكيفي، واستخدمت مجموعة النقاش المُركزة كأداة لجمع البيانات، وقد اعتمدت الدراسة على عينة مكونة من (٢٤) طفل تم تقسيمهم إلى أربع مجموعات، حيث مجموعتين للذكور تضم (١٢) طفل من الصف الثاني إلي الصف الخامس الابتدائي بواقع ثلاثة أطفال ذكور من كل صف، ومجموعتين للإناث تضم (١٢) طفلة من الصف الثاني إلى الصف الخامس الابتدائي بواقع ثلاثة أطفال من كل صف، وتم اختيار الأطفال من مدرستين بالقاهرة، وهما: مدرسة مدينة نصر للغات، ومدرسة البشاير الإسلامية

بالمعادي، وتم مُقابلة مجموعتين الإناث بشكل مُنفصل عن مجموعتين الذكور للتعبير عن آرائهن بحرية فيما يتعرضون له تلفزيونيًا.

وخلصت الدراسة إلى: أن الأطفال في مجموعة النقاش المُركزة لديهم خلفيات بسيطة وغير مُتعمقة بشأن المؤثرات السمعية والبصرية المُستخدمة في الإنتاج التلفزيوني من حيث زوايا التصوير وحركات الكاميرا وتأثيراتها والموسيقي التصويرية، بالإضافة إلي أنهم لديهم معرفة قليلة بالأُسس الإنتاجية والتقنية التي تعتمد عليها صناعة أفلام الخيال والرعب، والقائمين على إنتاج هذه المضامين، كما أنهم لديهم خلفيات سطحية بشأن العوامل الاقتصادية التي تحكم السياسة الإعلامية لأي وسيلة إعلامية، لكن كلُما تقدم العمر للأطفال في جلسة النقاش كلما زاد فهمهم وإدراكهم للطبيعة الاقتصادية التي تحكم الإعلانات. كما أظهرت النتائج أن بعض الأطفال لا يستطيعون الفصل بين ما هو واقعي وخيالي عند مُشاهدة أفلام الحركة والخيال والرعب. كما وأفقت الأطفال على تدريس الحيل البصرية واللغة التلفزيونية من حيث كيفية إنتاجها ومعالجتها وتأثيراتها، وإدخالها ضمن المُقررات الدراسية لهم. وأن غالبية الأطفال في جلسة النقاش لديهم استعداد لتدريبهم علي مهارات التربية الإعلامية من خلال كل من الأسرة والمدرسة، وطالبت غالبية الأطفال الوالدين بالجلوس معهم لشرح وتفسير ما يشاهدوه، وعدم تهديدهم بما يحدث للضحايا في الأفلام كنوع من العقاب وطالبت أيضاً المعلمين بتشجيعهم علي مناقشة وتحليل ما يشاهدوه. وقد حددت الدراسة العقبات التي تواجه تطبيق التربية الإعلامية في المدارس المصرية والمتمثلة في: عدم وعي وإيمان الأسرة بهذا المجال الجديد للتربية، وعدم اقتناع المعلمين والقائمين علي العملية التعليمية بأهمية إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية للطلبة، وعدم إدراك الطلبة لأهميتها وإحساسهم بأنها مادة غير ضرورية. كما أوصت الدراسة بأهمية تحقيق التكامل والتعاون بين الأسرة والمدرسة من أجل تزويد الأطفال بمهارات التربية الإعلامية لحمايتهم من الآثار السلبية لوسائل الإعلام.

– **دراسة The Unesco (2003)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على مدى تطبيق التربية الإعلامية في المدارس، واعتمدت الدراسة على الاستبيان في جمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من (٧٢) خبيرًا في التربية الإعلامية من (٥٢) دولة، كما تم مسح المواد المطبوعة والمواقع المُختلفة على شبكة الإنترنت التي تتعلق بالتربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية يتم تدريسها وتطبيقها في مُعظم المدارس على إنها مادة

اختيارية في المناهج الثانوية، حيثُ يُحرم العديد من المُتعلمين من دراستها. كما أكـد الخُبـراء بأغلبية ساحقة في عينة الدراسة على أهمية تدريب المُعلمون تـدريبًا مُتعمقًـا ودوريًـا لكـي يستطيعوا تدريب المُتعلمين بشكل فعال ومباشر. وقد أكد أغلب الخُبراء على أن هُناك جوانـب قصور أخرى في تدريس مادة التربية الإعلامية بالمدارس، وتتمثل في عدم اعتراف صـانعي القرار والسلطات التعليمية والجهات الرسمية بأهميتها مما يؤثر على التمويل المُخصـص لهـا والإمكانات والأجهزة اللازمة لتدريسها. وقد أوصت الدراسة بأهمية تكثيـف الجهـود لنشـر الوعي بأهميته التربية الإعلامية بين جميع أفراد المجتمع.

– **دراسة عبد الرحيم درويش (٢٠٠٣)**؛ سعت الدراسة إلى توضـيح مفهـوم التربيـة الإعلامية كمجال بحثي جديد، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التمييز بين خمس اتجاهات أساسية في التربية الإعلامية، الأول- ترجع دراسته إلى الخُبراء في أصول علمية مُختلفة كوسائل الإعلام والطب وعلم النفس والاجتماع وغيرها، كلها تُشكل البيئة الاتصالية لهذا الاتجاه وبعـض رواد هذا الاتجاه يرون أن طُرقهم وآرائهم تُمثل الطريق الوحيد للنجاح ويصفون غيرهم بأنهم حمـاه يهتمون بوقاية المُجتمع من الآثار الضارة لوسائل الإعدام، الثاني- يُركز على إنتـاج وسـائل الإعلام وتقييم الرسائل الواردة بها، الثالث- يُركز على نقد وسائل الإعلام، الرابع- يرى أهمية التربية الإعلامية بأنها تكون مُحايدة، الخامس- يُركز على الدفاع عن وسائل الإعلام والعدالـة الاجتماعية وإثارة التغيير الثقافي.

– **دراسة Teen Futures Media Network (2003)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على مدى تطبيق التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد أجرت الشبكة مشروع بحثي استمر لمدة أربع سنوات بهدف التوصل إلي منهج للتربية الإعلامية يتم تطبيقه بالمدارس الإعدادية والثانوية بولاية واشنطن بشأن ما يُقدم من عُنف في وسائل الإعلام المُختلفة، وأعتمد المشروع البحثي على عينة مكونة من (٤٠٠٠) طالبًا من طلّاب المرحلة الإعدادية والثانويـة لتطبيق منهج التربية الإعلامية عليهم لمدة أربع سنوات، وقام فريق بحثي بتقييم فاعلية مـنهج للتربية الإعلامية وتأثيره على المُتعلمين من خلال إجراء عدد من البحوث الكيفية والكمية، كما تم تقييم المنهج من خلال استبيان طُبق على المُتعلمين قبل وبعد تـدريس المـنهج، **وخلصـت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية رغم أنها من الموضوعات التي تحظى باهتمام الكثيرين، إلا أنها لم تتحول إلى مُبادرة حكومية تُدعمها الجهات الرسمية بالمُجتمع. وقد حظي منهج التربيـة

الإعلامية المُقترح من قبل الدراسة بنسبة تأييد عالية من قبل المُتعلمين. كما أدرك المُتعلمين – بعد تدريس منهج التربية الإعلامية لهم– مفهوم العنف المُقدم من قبل وسائل الإعلام وما يترتب علية من تأثيرات سلبية عليهم، كما تكونت لديهم رؤية نقدية لمضامين العنف، كما زاد وعيهم بالاستراتيجيات الإعلامية والحجج والتكنيكات الإقناعية وكيفية توظيفها ومعالجتها من أجل جذب الجمهور والتأثير علية كما زاد إدراك المُتعلمين بطرق التحكم والسيطرة علي مضامين العنف بوسائل الإعلام المختلفة لحمايتهم من آثارها السلبية، بحيث يكون المُتعلم مُستهلك ذكي وواعٍ لما يتلقاه من رسائل إعلامية. وقد أوصت الدراسة بتكثيف جهود نشر التربية الإعلامية في جميع المدارس الأمريكية، وتوفير الدعم اللازم لها من قبل كل من الجهات الرسمية وغير الرسمية، والإكثار من البحوث والدراسات في مجال التربية الإعلامية لمعرفة كيفية تفعيلها وتطبيقها في المدارس والمنازل.

– **دراسة Joseph Turow (2003)**؛ سعت الدراسة إلى تحديد تعريف التربية الإعلامية، وتحديد أهميتها وفوائدها بالنسبة للجمهور ووسائل الإعلام، وكذلك تحديد المهارات التي تطلبها التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية تعني؛ تطبيق مهارات التفكير النقدي في التعامل مع وسائل الإعلام لإيجاد المعاني المُتضمنة ووجهات النظر الخلافية في الرسالة الإعلامية، فيُصبح الجمهور أكثر وعيًا ومسئولية كمواطن إيجابي في مُجتمع تقوده وسائل الإعلام. **كما** تتجسد أهمية التربية الإعلامية في مُساعدة الجمهور بأن لا يتأثر سلبًا برسائل وسائل الإعلام، وإكساب الجمهور القُدرة على فحص المضمون الإعلامي، وفهم تأثيرات الأهداف الربحية للمُعلنين على سياسة المؤسسة الإعلامية، وإدراك التأثيرات السياسية والثقافية والاجتماعية للرسالة الإعلامية.

– **دراسة Yildiz (2002)**؛ ارتكزت الدراسة على أهمية تعليم مهارات التربية الإعلامية عبر تقنيات الإنتاج الرقمي والتصويري حيث اختبرت تأثير أنشطة الإنتاج الإعلامي على مفاهيم وطرق التدريس الخاصة بالمُعلمين المتلقين للتدريب على تلك الأنشطة. وقد أُجريت الدراسة على عينة من المُعلمين من مُختلف الصفوف الدراسية لمراحل التعليم قبل الجامعي المشاركين في برنامج "الفيديو كتقنية تربوية" وهو البرنامج الذي يتم في عديد من المناطق بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي اختارت الدراسة منها ثلاث مناطق تطبق فيها الدراسة على عينة من المتدربين فيها، فتمثلت عينة الدراسة في ٣٩ مشاركًا مُنقسمين إلى ثلاث

مجموعات: مجموعتين للإنتاج– التصويري، ومجموعة للإنتاج الرقمي، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام عدة أدوات تمثلت في الاستبيانات والمقابلات وذلك لمعرفة استجابات المُعلمين للتجربة، وتأثيرها في مفاهيمهم وفهمهم للإعلام والتربية الإعلامية، وأيضًا استخدام الملاحظة في إطار تقييم ممارساتهم الإنتاجية ومشاريعهم حيث إن المشاركين مطالبون بإنتاج يتسم بثماني تقنيات حددتها الدراسة للتقييم في ضوئها، **وخلصت الدراسة إلى:**

- أظهر المشاركون زيادة واضحة في حجم معارفهم الإعلامية ومهارات التربية الإعلامية.
- جاءت المجلات والصحف على رأس الوسائل المطبوعة التي يستخدمها المعلمون متكاملة في المنهج، في حين أن ٥٠% من المشاركين بالفعل يستخدمون الفيديو والأفلام وشرائط الأخبار المرتبطة بالموضوع الذي يدرسونه.
- في ضوء استجابات المشاركين في أنشطة الإنتاج الإعلامي من منظور المُنتج اتضح فهمهم للإعلام وملاحظة التقنيات المستخدمة في رسائله، كما أحدث ذلك تأثيرًا على استجاباتهم للإعلام حيثُ جعلهم أقل سلبية عند تعرضهم للإعلام وأكثر نشاطًا وإيجابية.
- أكدت عينة الدراسة في استيضاح لأفكارهم حول تكامل الإنتاج الإعلامي في المنهج على أن النشاطات الإعلامية أعطتهم أفكارًا جديدة للتدريس سيحاولون دمجها في تدريس مناهجهم، وخاصة أن الإنتاج سيكون محفزًا للأطفال للتعلم ومشجعًا لهم؛ خاصةً في المواد التي يجدون بها صعوبة.
- تتفق مجموعات من المتدربين على أن الإنتاج الإعلامي عنصر جوهري في التربية الإعلامية في الفصل الدراسي لأن غيابه يجعل تجربة وخبرة التربية الإعلامية غير ناجحة.
- يرى المُشاركون أن مشروعات التربية الإعلامية هامة لإثراء مناهجهم، فهي توجد اهتمامًا بالموضوع الذي يتم تدريسه، وتتضمن البحث والكتابة واستخدام أجهزة عديدة ومناقشات جماعية. فالتعليم بالإنتاج ينمي مهارة حل المشكلات ومهارات التفاعل التعاوني بين المُتعلمين، ويثري التعليم ليؤسس على مداخل التجربة والممارسة للنظرية وتطبيقاتها في الفصل.

– **دراسة جوز مانويل وآخرين (٢٠٠٢)**؛ سعت الدراسة إلى تطوير التربية الإعلامية واقتراح التشريعات المبتكرة فيما يخص التربية الإعلامية والمناهج الخاصة بها وتحسين

التعاون بين الجهات الحكومية والباحثين والتربويين وممارسي التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** صياغة تعريف عملي للتربية الإعلامية، يربط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم عن الإعلام، و يؤكد أن التربية الإعلامية ليست مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام، وأنه يحتوي على التحليل النقدي والإنتاج الإبداعي، وينطوي على المسؤولية تجاه المجتمع، وتحقيق الذات لأفراد المجتمع، وأوصت الدراسة بتطوير الاستراتيجيات والخطط الخاصة بالتربية الإعلامية في هذا التعريف العملي الجديد.

- **دراسة محمد فؤاد (٢٠٠٢)**؛ استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين مُمارسة تلاميذ المرحلة الإعدادية للأنشطة الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لديهم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (٤١٦) طالبًا من طلاب الصف الثاني الإعدادي بمُحافظة المنوفية، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استمارة استبيان، واختبار التفكير الناقد، وسجلات النشاط الإعلامي بالمدرسة، **وخلصت الدراسة إلى:** وجود علاقة ارتباطيه طردية بين المُمارسين للأنشطة الإعلامية "الصحافة والإذاعة المدرسية والتفكير الناقد، كما توجد فروق دالة بين الجنسين على اختبار التفكير الناقد لصالح الإناث. وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالأنشطة الإعلامية ودعمها ماديًا ومعنويًا ووضع برامج جديدة لها من قبل وزارة التربية والتعليم ومحاولة وضع مقرر دراسي باسم التربية الإعلامية.

- **دراسة Verkaik & Gathercoal (2001)**؛ سعت الدراسة لاختبار تأثير برنامج للتربية الإعلامية في تلبية حاجه المُتعلمين إلى المعرفة والمهارات التي تُمكنهم من الاختيار والدخول والاستعمال الحكيم لوسائل المعلومات والاتصالات، فقامت الدراسة بإعداد برنامج للتربية الإعلامية، واتبعت الدراسة المنهج التجريبي بالتطبيق على عينتين من مُتعلمي إحدى المدارس الثانوية بكاليفورنيا: إحداهما عينة تجريبية تلقت برنامج التربية الإعلامية، وقد اختيرت من المُتعلمين الذين يعانون من بعض المشكلات مثل المخدرات والكحول والغياب المدرسي والعنف وهم يتلقون برنامجًا تعليميًا خاصًا، والأخرى عينة ضابطة اختيرت عشوائيًا من الفصول الأخرى بالمدرسة، وتمثلت أدوات الدراسة في اختبار قبلي واختبار بعدي لكل من المجموعتين لاختبار تأثير البرنامج بالتطبيق على عينة من الإعلانات التلفزيونية والإعلانات النصية المطبوعة، **وخلصت الدراسة إلى:**

- أن الاختبارات القبلية لم يظهر اختلاف جوهري بين المجموعتين، ولكن المجموعة التجريبية أحرزت نتائج أفضل من المجموعة الضابطة في الاختبار البعدي في فهم الإعلانات التلفزيونية والنصية.
- أتاحت دروس التربية الإعلامية للمُتعلمين اكتساب لغة جديدة –عن طريق الوعي بلغة وقواعد الاتصال التلفزيوني– وسمحت لهم بالتفكير الواعي المراقب لمهام الاتصال، ولدورهم في عملية الاتصال، والتقويم الذاتي لتعاملهم مع الإعلام
- تعلم المُتعلمين استعمال أساليب جديدة للاتصال وقوية باستخدام تقنيات بصرية وسمعية لبناء رسائلهم الخاصة، وهو ما زاد من استمتاعهم بالعمل في هذا البرنامج.
- أمدت دروس التربية الإعلامية المُتعلمين بالكثير من العمليات الإعلامية الإقناعية والتأثيرية، مما زاد من فهمهم للمادة الإعلامية.
- بعض الرسائل التي صنعها المُتعلمين تحمل رسائل ضمنية ضد المخدرات والكحول. فاشتراكهم في البرنامج غير من توجهاتهم إلى حد ما.
- ساعد برنامج التربية الإعلامية على تحقيق الأهداف التعليمية الرسمية من حيث مُمارسة القراءة والكتابة والتفكير النقدي.
- إن تمكُن المُتعلمين من فهم اللغة الإعلامية واكتساب المهارات الإعلامية لا يرتبط بوسيلة إعلامية واحدة ولكنه يتحول وينتقل ليمتد إلى التأثير في فهم باقي الوسائل.

– **دراسة Brad Ford (2001)**؛ استهدفت الدراسة إلى معرفة مدى تبني المدارس الأمريكية لبرامج وأنشطة التربية الإعلامية كجزء أساسي من مناهجها وأنشطتها، وأتبعت الدراسة المنهج التجريبي، وأجريت الدراسة على عينة من طلاب وطالبات الصفين الرابع والخامس الابتدائي، **وخلصت الدراسة إلى:** أن (٤٨) ولاية من الولايات الأمريكية البالغ عددها (٥٠) ولاية لها مناهج دراسية تحتوي على برنامج أو أكثر من أجل التربية الإعلامية، حيث تعتبر التربية الإعلامية عنصرًا هامًا في مناهج المدارس الأمريكية. كما أن نظرية الانتشار للباحث لإفريت روجرز تُساعد على انتشار تطبيق مهارات التربية الإعلامية والممارسات الإعلامية المُبدعة داخل المدارس وتبني مناهج مُخصصة للتربية الإعلامية. وأن تدريب المُتعلمين على التربية الإعلامية يُحدث اختلافًا في الاتجاهات ومواقفهم تجاه الرسائل الإعلامية. كما أن التدريب الإعلامي يجعل الأطفال أكثر شكًا تجاه الرسائل الإعلانية التُجارية

نتيجة لإدراكهم لتقنيات الإقناع المُستخدمة من قبل المُعلنين لإقناع المُشاهدين، وتجعلهم أكثر قُدرة على التحليل النقدي للإعلانات.

– **دراسة (Rother (2001**؛ اهتمت الدراسة بالكشف عن تأثيرات منهج التربية الإعلامية بالتعرف على السلوكيات المكتسبة من قبل المُتعلمين المُتلقين، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي مُستخدمة أسلوب دراسة الحالة بدراسة تتبعيه امتدت لست سنوات من عام ١٩٩١م إلى ١٩٩٧م، وأجريت على المُتعلمين المُتلقين لبرنامج التعليم المهني البديل وهو البرنامج التعليمي المُقدم للمُتعلمين الذين يُعتبرون في خطر حيث يعانون من بعض المشكلات التعليمية. فيتم توفير بيئة تعليمية ترتكز على المُتعلم وتعتمد على الوسائط المُتعددة، ويتضمن البرنامج منهجًا للتربية الإعلامية. وهؤلاء المُتعلمين تتراوح أعمارهم من ١٦ إلى ١٩ عامًا، ولا يتجاوز مستوى القراءة لدى العديد منهم عن مستوى القراءة لدى العديد منهم عن مستوى المرحلة الإعدادية، وقد انصرفوا عن التعليم نتيجة لتجاربهم السيئة في المدرسة والبيت، ويهتم البحث بالكشف عن السلوكيات التي أظهرها المُتعلمين المُتابعون لمنهج التربية الإعلامية وتحديدًا مدى فهمُهم للإعلام بأشكاله المُختلفة ومدى تطور الأشكال التقليدية للغة، **وخلصت الدراسة إلى:**

- تمكن المُتعلمين من قراءة نصوص إعلامية بدرجة كبيرة من الإجادة، حيث إنهم لم يكونوا قادرين فقط على قراءة وفهم السمات الدلالية الظاهرة في النص، لكنهم أيضًا كانوا قادرين على فهم وتفسير المستوى التلميحي الخفي في النص.
- أصبح في مقدور المُتعلم معرفة الأيديولوجيات الكامنة في النص الإعلامي واكتشافها، وربطها بتجاربهم الخاصة للحكم عليها.
- اكتسب المُتعلمين بعض جوانب وسمات اللغات والمفاهيم الإعلامية، واستخدموها في كتاباتهم وإنتاجهم الإعلامي.
- أظهر المُتعلمين موقفاً وحكمًا تأمليًا ونقديًا ورؤى كاشفة حول أنفسهم كأفراد ومُتعلمين.
- التأكد من أن الطرق التقليدية للتعليم المرتكزة على المُعلم فقط قد أعاقت اكتشاف المُعلمين لجوانب التعلم الأخرى لدى المُتعلمين عينة الدراسة.

- إن التعلم له العديد من الأشكال التي قد يفضلها وينجح فيها المُتعلمين، ويمتد تأثيرها إلى مُختلف الأشكال الأخرى، ولكن لا يعترف بها المعلمون فيتسببون بالتالي في إعاقة المُتعلمين تعليميًا.

– **دراسة Verkaik & Paul (2001)**؛ سعت الدراسة إلى اختبار تأثير برامج التربية الإعلامية في تلبية حاجة الطلاب إلى المعرفة والمهارات التي تمكنهم من الاختيار والدخول والاستعمال الحكيم لوسائل المعلومات والاتصالات، **وخلصت الدراسة إلى:** أن دروس التربية الإعلامية أتاحت للطلاب اكتساب لغة جديدة عن طريق الوعي بلغة وقواعد الاتصال التلفزيوني، كما تعلموا استعمال طرائق جديدة وقوية باستخدام وسائل سمعية وبصرية.

دراسة كيوبي، وسيرافين (٢٠٠١)؛ سعت الدراسة إلى تقويم منهج التربية الإعلامية الذي تم تصميمه في ضوء رؤى تتناسب مع مستويات التعليم العام الثلاث؛ ابتداء بالمرحلة الابتدائية وانتهاء بالمرحلة الثانوية بولاية ميريلاند، ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ استخدام المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من عينة من المُعلمين سبق وأن حضروا دورات تدريبية في التربية الإعلامية، وعينة من طلاب الصف الخامس وانتهاء بطلاب الصف الثامن، واستخدم الباحثان استبيانً للمُعلمين، وأما الطلاب فتمّ إعداد استبيان آخر لهم، إضافةً إلى اختبار تحصيلي، **وخلصت الدراسة إلى:** أن نسبه أتفاق المُعلمين (٩٣%) أنّ التربية الإعلامية جعلت المادة التي يدرّسونّها أكثر أهمية وإثارة، إضافةً إلى أنّها ا مكّنتهم من التواصل مع عدد أكبر من الطلاب، كما كشفت نتائج الدراسة عن تأثير منهج التربية الإعلامية في اتجاهات الطلاب نحو الرسائل الإعلامية، حيث أصبحوا أكثر نقداً لمضامين الرسائل الإعلامية التي تعرض في مختلف وسائل الإعلام، وأكثر حذراً تجاه صدق المعلومات المقدمة عبر شبكة الانترنت، كما كشفت نتائج الدراسة عن أبرز العوائق التي تحد من فاعلية المنهج ونجاحه، حيث تمثلت في: قلة تدريب المعلمين، وعدم الاعتراف بمنهج التربية الإعلامية التكاملي، إضافةً إلى نقص التمويل.

– **دراسة Kubey & Serafin (2001)**؛ استهدفت الدراسة تقويم منهج التربية الإعلامية الذي تم تصميمه في ست وحدات وتدريسه بمدارس ولاية ماريلاند في ثلاث رؤى تناسب المستوى الابتدائي والمتوسط والثانوي، وذلك بإتباع المنهج المسحي بتوجيه استبيان للمُعلمين الذين حضروا جلسات تدريب في التربية الإعلامية، وأيضًا توجيه استبانه واختبار

للمُتعلمين بالصفوف من ٥-٨ وهو ما تم على مرحلتين قبل تدريس منهج التربيـــة الإعلاميـــة بالمدارس وبعده، **وخلصت الدراسة إلى:**

- أصبح غالبية المُعلمين مع تدريسهم لمنهج التربية الإعلامية أكثر حماسًا له كموضوع دراسي هام، وأكثر موافقة على تقديم المزيد من موضوعاته في فصولهم مستقبلاً، حيـــث يتفق ٩٣% من المُعلمين عينة الدراسة على أن التربية الإعلامية مكنتهم من جعل المـــادة التي يدرسونها أكثر أهمية وإثارة. كما تؤكد الغالبية أنها مكنتهم من الاتصال والتفاعل مع عدد أكبر من المُتعلمين.
- أحدث منهج التربية الإعلامية تأثيرًا فعالاً في اتجاهـــات المُتعلمـــين – خاصـــةً فـــي المدارس الابتدائية– نحو الرسائل الإعلامية فأصبحوا أكثر نقدًا وتفكيرًا لما يتعرضون لـــه في وسائل الإعلام، وأكثر شكًا في دعاوى الإعلانات، وأكثر حذرًا تجاه صدق المعلومات المُقدمة في الإنترنت.
- أظهر الاختبار البعدي للمُتعلمين زيادة حجم معارفهم عن المجال الإعلامـــي وفهمهـــم للرسائل المُختلفة، وقدرت تلك الزيادة بنسب تتراوح بين ٩% إلى ٣٠% وذلك من حيـــث القُدرة على معرفة نوعية البرنامج المُقدم والغرض منه، والجمهور المُســـتهدف، وزيـــادة الفهم للعديد من مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية. كما زاد فهم طلاب الإعدادي ومعرفتهم للتقنيات المستخدمة لجذب الانتباه، وتحديدهم للقيم الاجتماعية المتضمنة في العمل، وفهـــم اللغة والمصطلحات الإعلامية.
- يمتد تأثير برنامج التربية الإعلامية إلى الأسرة حيث يستمتع المُتعلمين بإشراك أفـــراد أسرهم فيما حصلوا عليه من معلومات، وفي تقرير أي البرامج يتم تقبلها والتعرض لها.
- أكثر ما يحد فاعلية المنهج ونجاحه ما يرتبط بقلة التدريب المُتاح للمُعلمين في مجـــال التربية الإعلامية وضعف جودته، وقلة الدعم الشخصي لهم في المدارس، فقد ذكـــر ٦٠% من المُعلمين عينة الدراسة أن مدارسهم لا تعترف بمنهج التربية الإعلامية التكاملي.
- قلة التجهيزات في المدارس تعَّد من المَشكلات التي يؤكد عليها حـــوالي ٩٠% مـــن المَعلمين، حيث النقص في كاميرات الفيديو وتوصيلات الانترنـــت والصـــحف وأجهـــزة التلفزيون، وهو ما يرتبط بمشاكل خاصة بالمدارس والمناطق التعليمية، ونقص التمويل.

– **دراسة بازلجيت وآخرون (١٩٩٩)**؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على المفهوم العـــام للتربية الإعلامية ومبادئها، و وتقديم مقترحات عملية لليونسكو لتحديد السياسات التـــي يجـــب

اتخاذها في جميع دول العالم، **وخلصت الدراسة إلى:** أن التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تُستخدم في مُجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. وأكدت الدراسة أن التربية الإعلامية جزءًا من حق لكل مواطن في كل بلد من بلدان العالم. وذلك لضمان حرية التعبير وحق الوصول إلى المعلومات، هذا بالإضافة إلى انه لا غنى عنها لبناء ديمقراطية مُستقرة ثابتة. وأوصت الدراسة بأن يتم إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية كلما أمكن ذلك، بالإضافة إلى أنماط التعليم غير الرسمية والتي قد تستمر مدى الحياة.

– **دراسة Williams. Christ (1998)**؛ سعت الدراسة إلى معرفة وجهات نظر الأكاديميين المُهتمين بمجال التربية الإعلامية تجاه ماهية التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها بين طلبة المدارس من خلال إعداد منهج خاص للتربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن ماهية التربية الإعلامية تتركز في القُدرة علي تفسير النصوص الإعلامية، وإدراك الأيديولوجية التي تستند إليها صناعة الرسالة الإعلامية، لذا فأن التربية الإعلامية تعني القُدرة على تحليل وتقييم الرسائل الإعلامية بمُختلف أشكالها. وأن هُناك مجموعة من الاعتبارات التي يجب الأخذ بها عند تطبيق منهج التربية الإعلامية بين المُتعلمين، تتمثل في:

- أهمية تدريب المُتعلمين على مهارات التفكير النقدي، وإكسابهم القُدرة على فهم التكنيكات التي تقوم عليها صناعة الرسائل الإعلامية، وتدريبهم على كيفية إنتاج المضمون الإعلامي بكافة أنواعه وأشكاله، وتعليمهم كيفية التعامل مع ثقافة الصورة والرموز المرئية التي تحتويها الرسائل التلفزيونية لإدراك المعاني غير المُباشرة التي تتضمنها الصورة التلفزيونية.

وقد أوصت الدراسة بأهمية تقييم منهج التربية الإعلامية من خلال الأسرة والمدرسة والمؤسسات المعنية بهذا المجال، لمعرفة مدي فاعليته.

– **دراسة Renee Hobbs (1998)**؛ سعت الدراسة إلى توضيح الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند مُناقشة وتحليل مبادئ ومعايير التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن هناك سبع اعتبارات جدلية، وهي كالآتي:

- يجب أن تسعى التربية الإعلامية إلى تعليم الأطفال كيفية تقييم النصوص الإعلامية المُقدمة لهم خاصةً الإعلانات والدراما حتى لا يتم التلاعب بهم من قبل القائمين بالاتصال.
- يجب أن تهدف التربية الإعلامية في المدارس إلى توعية المُتعلمين بأساليب وتكنيكات ومراحل وتقنيات الإنتاج الإعلامي، مما يُعطيهم خبرة إعلامية، وتُزيد من مهارات التفكير النقدي لديهم.
- يجب أن تُركز أنشطة التربية الإعلامية على المضامين الإعلامية الأكثر شعبية والأكثر أفضلية فيما بين الشباب والمُتمثلة في أفلام العنف والإثارة والأغاني المصورة والكارتون والإعلانات، على اعتبار أن هذه المضامين هي الأكثر تأثيرًا على الأطفال والمراهقين والشباب.
- تُعد التربية الإعلامية شكل من أشكال التغير الاجتماعي الذي ينطلق من الأداء الفردي، كما أنها وسيلة لمقاومة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنها أداة ضاغطة لزيادة الرقابة والتنظيم والمسئولية تجاه أداة الوسائل الإعلامية.
- يجب أن تنطلق التربية الإعلامية من البيئات التربوية والتعليمية، وقد نادى عديد من خُبراء التربية الإعلامية إلى أنة يجب تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال الأسرة والمدرسة معًا، فالمدرسة وحدها لا تكفي، والأسرة وحدها لا تكفي، لذا يجب إحداث التكامل والتعاون بين المؤسستين حتى تؤتي التربية الإعلامية ثمارها.
- يجب أن تُدرس التربية الإعلامية في المدارس في مناهج مُخصصة لها ومُستقلة عن باقي المواد الأخرى التي تُدرس بالمدرسة، لذا يجب تدريب المُعلمين أولاً على كيفية تعليم وتدريب المُتعلمين على مهارات التربية الإعلامية، وفي هذا الصدد أشارت هذه الدراسة إلى نتائج إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت بشأن تحديد مدى فاعلية تدريب المُعلمين على برامج التربية الإعلامية، وقد أسفرت النتائج إلي: أن (٤٠%) من مُعلمين عينة الدراسة لم يقوموا بتدريس التربية الإعلامية للمُتعلمين كما ينبغي أو كما يتم تدريبهم عليها، و(٢٠%) من مُعلمين عينة الدراسة كان مستواهم مُعتدل أو متوسط في تدريس التربية الإعلامية، و(١٠%) فقط من مُعلمين عينة الدراسة هم الذين درسوا التربية الإعلامية بشكل مُبدع وفعال لدى المُتعلمين، و(٢٥%) من مُعلمين عينة الدراسة كان لديهم ارتباك أثناء توصيل المادة لدى المُتعلمين.

- يجب أن تُدعم المُنظمات الإعلامية برامج وأنشطة التربية الإعلامية، من خلال إعداد البرامج والحملات الإعلامية الخاصة بها انطلاقًا من مُراعاة مسئولياتها الاجتماعية تجاه جمهورها.

– **دراسة Zindovic-Vukadinovic (1998)**؛ استهدفت الدراسة إلى تحديد إلى أي مدى تُمثل التربية الإعلامية ضرورة في ظل نظام التعليم الإلزامي، وهو ما أكدته بإجراء دراسة حول تأثيرات الإعلام على الأطفال الذين لم يسبق لهم أن نالوا تعليمًا إعلامياً. كما هدفت إلى تحديد مستوى معرفة وفهم كل من الرموز المرئية وغير المرئية المُستخدمة في رسائل الإعلام المرئية، وذلك بإتباع المنهج التجريبي الذي أجري على عينة تضُم مناهجهم تعليمًا إعلاميًا، وقد قام البحث بعرض أحد الأفلام ثم إدارة نقاش حوله، وبعد ذلك تم إجراء اختبار بعدي، **وقد أسفرت النتائج إلي:**

- أن الأطفال يستخدمون بشكل كبير خبراتهم الاجتماعية والثقافية والحياتية، مُستخدمين القليل من خبرتهم الإعلامية الناتجة عن التعرض للتلفزيون والسينما في تفسير وفهم الرسالة الإعلامية المرئية والوصول للغرض الحقيقي وراءها بصرف النظر عن الهدف المُعلن.
- استجابات المُتعلمين في المُناقشات التي أجريت بعد عرض الفيلم أظهرت مدى الانعكاس القوى للواقع الاجتماعي لكل مُتعلم وتأثيره في فهم وتفسير ما يشاهده.
- أظهر المُتعلمين صعوبة كبيرة في فهم الوقت والمكان، وذلك تجاه التفرقة بين الزمن السينمائي والحقيقي والمكان الخيالي والواقعي. فالتنقلات في الوقت والمكان والحجم بتغير زاوية التصوير وحركة الكاميرا يجعل الفهم أكثر صعوبة.
- نسبة كبيرة من المُتعلمين تصل إلى ٧٤% من إجمالي العينة لم تتمكن من فهم ما تُمثله بعض الرموز المرئية المُقدمة؛ خاصةً غير المُباشرة.
- أطفال المُدن من أسر مُتعلمة يفهمون بشكل أفضل الأنماط والرموز الثقافية، بينما أطفال المناطق الصناعية والريفية هم أكثر نجاحًا في الموضوعات المرتبطة بالرموز السينمائية؛ أي لديهم قُدرات أكثر على التفكير البصري.
- أكثر من نصف عدد المُتعلمين يؤمنون بأن الصور المرئية هي صور موضوعية للواقع وللعالم وذلك بنسبة ٥٤.١% من إجمالي العينة، بينما يرى ٣٣.٥% أنها تُعبر عن

تجربة شخصية مع الواقع، ويعتبرها ١٢% من عينة الدراسة أنها صور مزيفة وغير واقعية للعالم.

- إن المُتعلمين الأكثر مُشاهدة للوسائل المرئية أكثر ثقة وتصديقًا بدرجة عالية لما تُقدمه من صور وموضوعات، ويزداد الخطر مع المُعالجة الفنية والتقنية؛ خاصةً إذا تزامن التصديق مع الجهل بالرموز الإعلامية والجهل بمعانيها فحينئذ يُمكن أن تكون العواقب مُخيفة وأكثر ضررًا.

– دراسة **Zindovic-Vukadinovic (1998)**؛ سعت الدراسة إلى وضع منهج متكامل للتربية الإعلامية في المراحل التعليمية الأساسية، وذلك لتدريب التلاميذ علي الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام، وقدم تم وضع دليل للمعلمين يتضمن كيفية تحليل المقالات الصحفية والرسائل الإعلامية المختلفة، **وخلصت الدراسة إلى:** أن من الضروري أن تكون التربية الإعلامية جزءاً من مناهج المدارس في التعليم الأساسي. وأهمية تدريب المعلمين علي طرق تدريس مبادئ ومهارات التربية الإعلامية في مناهج التعليم الأساسي، وأهمية تنفيذ ورش عمل خاصة بالتربية الإعلامية.

– دراسة **Zindovic-Vukadinovic (1998)**؛ سعت الدراسة إلي وضع مبادئ أساسية حول مستقبل التربية الإعلامية في اسكتلندا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والاستكشافي، **وخلصت الدراسة إلى:** أن من التربية الإعلامية وسيلة فعالة لمُساعدة الأطفال والمراهقين لفهم أعمق وناقد للرسالة الإعلامية عن طريق دراستها وتحليلها وتقيمها، ومعرفة الأُسس التي يعتمد عليها الإنتاج الإعلامي. كما يجب تحديد أهداف ومحتوى وطرق تدريس التربية الإعلامية بالمدارس، وتدريب المُعلمين على طرق تدريس التربية الإعلامية للمُتعلمين.

– دراسة **Dorothy, et al (1980)**؛ سعت الدراسة إلى توضيح دور كل من الأسرة والمدرسة بوصفهما أهم مؤسسات التربية الإعلامية، **وخلصت الدراسة إلى:** أن طلاب المستوى الثالث والرابع والخامس قد اكتسبوا مهارات نقد برامج التلفزيون وخاصة الإعلانات، وأن عادات المُشاهدة لدى الآباء والأمهات واتجاهاتهم نحو التلفزيون لها تأثير قوي على سلوك أطفالهم، وأن عادات الأطفال للتلفزيون أعطت مؤشرات واضحة عن البيئة الثقافية والاجتماعية للآباء والأمهات.

الاتجاهات العامة للدراسات العلمية التي تناولت موضوع التربية الإعلامية:

مما سبق يتبين أنه يُمكن تصنيف الأدبيات العلمية والدراسات المُرتبطة بالتربية الإعلامية من زوايا مُختلفة إلا أن هذا الكتاب سيعتمد تصنيفاً يوضح الاتجاهات البحثية العامة في هذا المجال، وذلك على النحو التالي:

- **التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية:**

تناولت الدراسات والأدبيات في هذا المحور العلاقة بين الإعلام والتربية، وأهمية التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية، ومقترحات تضمين التربية الإعلامية ضمن المقررات والمناهج الدراسية.

- **التربية الإعلامية للجميع مدى الحياة:**

قامت مُنظمة اليونسكو بتوسيع أدبيات مفهوم التربية الإعلامية ولم تربطه فقط بالمؤسسات التعليمية الخاصة بالمُتعلمين، وإنما اعتبرت أن التربية الإعلامية تُمكن جميع أفراد المُجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مُجتمعاتهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تُمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، وأنها جزء من حق المواطن في كل بلد من بلدان العالم، وذلك لضمان حُرية التعبير وحق الوصول إلى المعلومات، هذا بالإضافة إلى أنه لا غنى عنها لبناء ديمُقراطية مُستقرة ثابتة، وأوصت أن إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية كلما أمكن ذلك، بالإضافة إلى أنماط التعليم غير الرسمية الأخرى والتي قد تستمر مدى الحياة. وأن تصوب أهداف التربية الإعلامية نحو تمكين وتقوية ومُساعدة جميع المواطنين في كل مُجتمع لاستغلال إمكانياتهم الكامنة.

وتضمن توصيات مؤتمر التربية الإعلامية للشباب باشبيليا عام ٢٠٠٢م إشارات واضحة إلى توسيع مفهوم التربية الإعلامية لتشمل الأنظمة التربوية الرسمية غير الرسمية، وأهمية عقد شراكة لتحقيق أهداف التربية الإعلامية بين المدارس والآباء ووسائل الإعلام والمؤسسات العامة والخاصة والمًجتمع المدني.

- **تنمية مهارات تحليل ونقد المضامين الإعلامية لدى الجمهور:**

من الإشارات المُهمة التي قدمتها أدبيات اليونسكو في هذا المجال، أن التربية الإعلامية "لها دور انتقادي هام يجب أن تُحققه، وذلك من خلال التصدي للأوضاع والمشاكل الاجتماعية والسياسية والحروب والكوارث الطبيعية والبيئية، ... ألخ، وأنها تُمكّن أفراد المُجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام التي تستخدم في مُجتمعة، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، وتمكينهُم من اكتساب المهارات في استخدام تلك الوسائل للتفاهم مع الآخرين. وأشارت أيضًا إلى أنه في البلدان التي تتجه نحو إدخال تقنيات حديثة، يُمكن للتربية الإعلامية أن تُساعد المواطنين على إدراك الإمكانيات الكامنة في الإعلام ومقدرته على تمثيل أو سوء تمثيل ثقافتهم وتقاليدهم.

- **تنمية مهارات إنتاج مضامين إعلامية إبداعية مسئولة:**

أكدت أدبيات اليونسكو أن التربية الإعلامية تضمن تعلم أفراد المُجتمع لمجموعة من المهارات التي لا تقتصر على فهم الرسالة الإعلامية وتحليلها تحليلا ناقدًا وإنما تشمل الإنتاج الإبداع الإعلامي أيضًا؛ وذلك من خلال القدرة على:

- تقديم وعرض آرائهم النقدية وإبداع النصوص الإعلامية.
- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية والمقاصد السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية منها، وكذلك السياق الذي وردت فيه.
- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تُقدم من خلال الإعلام.
- اختيار وسائل الإعلام المُناسبة للتعبير عن رسائلهم الخاصة وإيصالها للجمهور المُستهدف.
- الوصول إلى الإعلام أو المُطالبة بالوصول إليه بهدف التلقي أو الإنتاج.

المراجع والمصادر

أولاً- المراجع العربية

ثانيًا- المراجع الإنجليزية

المراجــع والمصــــادر

أولاً ــ المراجع العربية:

- إبتسام الجندي (٢٠٠٩). مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ***ورقة عمل مقدمة للدورة التدريبية الأولى، عن مشروع نشر وتعليم مبادئ ومهارات التربية الإعلامية للعاملين والدارسين في مجال الإعلام ٢٥/١٠ : ٢٩/١١/٢٠٠٨***، اليونسكو، اللجنة الوطنية للتربية والعلوم والثقافة، القاهرة.
- إبراهيم كرم (١٩٩٢). دور المدرسة في تنمية التفكير في المرحلة الثانوية بدولة الكويت، ***المجلة التربوية***، الكويت: جامعة الكويت، ع. (٢٥).
- أحمد إسماعيل أحمد (٢٠٠٨). ***الإعلام التربوي ودوله في التربية والتعليم***، عمان: دار كنوز المعرفة.
- أحمد جمال حسن (٢٠١٥). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية.
- ــــــــــــ (٢٠١٥). برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، ***بحث منشور بمجلة البحث في التربية وعلم النفس***، كلية التربية، جامعة المنيا، المجلد (٢٨)، ع. (١)، الجزء الأول.
- أحمد حسين اللقاني وعلي أحمد الجمل (١٩٩٩). ***معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس***، القاهرة: عالم الكتب.
- أحمد يحى الزق (٢٠١٢). مستوى التفكير الناقد لدى الطلبة الموهوبين أكاديميا والطلبة العاديين ومدى الفروق بينهم فى المهارات الاساسية للتفكير الناقد ، ***مجلة العلوم التربوية والنفسية***، مج. (١٣)، ع. (٢).
- أس زرزر (٢٠١١). الثورات العربية تصنع إعلامها الخاص، ***مجلة نادي الإعلام***، يونيو، ع. (٢).
- أسماء بكر الصديق (٢٠١٤). تصور مقترح لدور أخصائي الأعلام التربوي في المدارس الإعدادية فى ضوء المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية التربية النوعية، جامعة دمياط.

- أسماء زكي محمد صالح (٢٠١١). ***تنمية التفكير الإبداعي للطالب في ضوء استراتيجيات التعلم البنائي***، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- إسماعيل عبد الفتاح (٢٠١١). ***تحديات الإعلام التربوي العربي***، العربي للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر.
- إسماعيل محمد دياب، (١٩٩٠)، التربية الإعلامية والتنمية، ***مجلة كلية التربية***، جامعة المنصورة، ع.(٣)، المجلد٣.
- أشرف جلال حسن (٢٠٠٩). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، **بحث مقدم *لمؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر فبراير ٢٠٠٩م***، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- إليزابيث ثومان (١٩٩٠). ***المؤتمر الدولي بجامعة تولوز الخاص بالاتجاهات الجديدة في التربية الإعلامية***، فرنسا.
- آمال سعد المتولي (٢٠٠٣)، ***الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية***، طنطا: دار مكتبة الإسراء.
- أي ار بوكتان (٢٠٠٠). ***الآلة قوة وسلطة التكنولوجيا والإنسان منذ القرن السابع عشر حتى الوقت الحاضر***، ترجمة: شوقي جلال، الكويت: سلسلة عالم المعرفة.
- إيناس إبراهيم، ورباح رمزي (٢٠١١). تصور مُقترح لدور المدرسة في التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول، ***المؤتمر العلمي الرباع (التعليم وقضايا وتحديات المستقبل)***، جمعية الثقافة من أجل التنمية بسوهاج بالتعاون مع جامعة سوهاج.
- بازلجيت، وكركسي، وآخرون (٢٠٠٢). ***التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية***، مؤتمر فيينا، النمسا.
- بدر بن أحمد كريم (٢٠٠٣). ***التربية الإعلامية***، متاح على الرباط التالي: http://www.al-jazirah.com.sa/anaiah/aboutus/.htm
- بدر بن عبد الله الصالح (٢٠٠٧). مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، **بحث مقدم *للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– بهاء شاهين (١٩٩٧). ***الدليل العلمي لاستخدام الإنترنت***، القاهرة: كمبيوساينس، العربية لعلوم الحاسب.

– بيان مدريد (٢٠٠٥). ***التربية ووسائل الاتصال: الباهية ذات الرياح الخمس***، ٩ فبراير٢٠٠٥، ملف DOC، تم زيارته ٢٠١٣/١٢/٢٦ ومتاح على الرابط التالي: * goo.gl/cKodBf

– ثروت كامل (١٩٩٦). الإعلام التربوي كأحد المجالات الحديثة لبحوث الإعلام، ***دراسة مقدمة في الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام***، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

– حسن بن عايل أحمد يحي (٢٠٠٧). روي حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– جوز مانويل وآخرون (٢٠٠٢). التربية الإعلامية للشباب، ***منشورات منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونيسكو).***

– حسن أبو بكر العولقي (٢٠٠٧). دور المدرسة في التربية الإعلامية (الواقع والمأمول)، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– حصة بنت عبد الرحمن الصغير (٢٠٠٧). مناهج العلوم للمرحلة المتوسطية وتنمية التفكير الناقد لوسائل الإعلام، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– حمدي حسن (٢٠٠٤). دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على البوابة الثقافية، ***مجلة دراسات في التعليم الجامعي***، القاهرة، ع. (٧).

– حنان يوسف (٢٠٠٦). ***الإعلام فى المؤسسات التعليمية والتربوية***، ط١، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.

* **استخدم الباحث نظام " GOOGLE URL SHORTNER".**

- خالد الصمدي (٢٠٠٧). إدماج القيم الإعلامية في المناهج التعليمية وأثر ذلك في ترشيد السلوك الإعلامي للناشئة..التجربة المغربية نموذجًا، ***دراسة قدمت في مؤتمر التربية الإعلامية في الكويت***، ٢٠٠٧م.
- خالد صلاح حسن (٢٠٠٨). اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات: في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي، ***بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر، عن الإعلام بين الحرية والمسئولية***، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثالث، ص ص ١٣٨٩-١٤٥٥.
- خالد بن مبروك بن نامي المطيري (٢٠١٢). إستراتيجية إدارية مقترحة لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية في وزارة التربية والتعليم السعودية. ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا.
- دافينا فراو – مايغز (٢٠٠٨). ***التربية الإعلامية: دليل للمدرسين والطلبة والوالدَين والمحترفِين***، ترجمة عارف أحمرو، فلسطين: دار أضواء.
- راشد بن حسين العبد الكريم (٢٠٠٧). المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، دراسة مقدمة ***للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- رشا عبد اللطيف محمد (٢٠١١). معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر علي المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
- ريهام عبد الرازق محمود خطاب (٢٠١٣). فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- سامية خضر صالح (٢٠٠٥). أهمية التربية الميدياتيكية في زمن تعدد وسائل الإعلام، ***مجلة الإذاعات العربية***، إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ع.(٢).
- سامية عبد الحكيم أحمد (٢٠١٠). منهج مقترح في التربية الإعلامية في ظل المعايير القومية للجودة الشاملة. ***رسالة ماجستير غير منشورة***، قسم مناهج وطرق تدريس إعلام تربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

- سراج على عبد الله (٢٠١٢). ***ملحق لمحاضرات سياسات الإعلام التربوي (٢)***، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
- ــــــــــــــــ (٢٠١٣). فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلاميـة لتنمية مهارات تحليل الرسائل الإعلامية في القنـوات التليفزيونية والمواقع الالكترونية، ***بحث مُقـدم للمؤتمر العلمي الأول بجامعة الأزهر***.
- سعيد عبد الله حارب (٢٠٠٧). الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تنـاقض؟، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- سماح محمد الدسوقي (٢٠٠٨). التربية الإعلامية بمرحلـة التعلـيم الأساسـي فـي جمهورية مصر العربية، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، معهد الدراسات و البحوث التربويـة، جامعة القاهرة.
- ــــــــــــــــ (٢٠١٠). ***التربية الإعلامية بـالتعليم الأساسـي فـي عصـر العولمة***، الإسكندرية: المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، دار الجامعة الجديدة.
- شريف درويش اللبان (٢٠٠٠). ***تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية***، القاهرة: المكتبة الإعلامية.
- شريفة رحمة الله سليمان (٢٠١٣). استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- صابر جيدوري (٢٠١٢). دواعي تمكين الشباب الجامعي مـن مواجهـة التـأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية، ***مجلة جامعة دمشق***، مجلد (٢٨)، ع. (٤).

- صدقي موسى (٢٠١٣). التربية الإعلامية" ضرورة حتمية في عصر وسائل الإعلام، ***شبكة فلسطين الإخبارية***، نشر بتاريخ الإثنين، ٠٦-٠٥-٢٠١٣، متاح علي الـرابط التـالي: goo.gl/EKP1lD
- صلاح جوهر (١٩٩٤). ***التعليم والإعلام: دعوة إلي العمل معاً تحت مظلة التربيـة***، القاهرة: الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، م(٤)، الكتاب الثالث.

- طارق محمد محمد الصعيدي (٢٠٠٥). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- طلال بن عقيل بن عطاس الخيري (٢٠٠٩). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة في الجامعات السعودية، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- عبد الجبار دولة (٢٠٠٨). التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر: مفهومها، مجالاتها، تاريخها، ***رسالة ماجستير منشورة***، كلية الصحافة والإعلام، جامعة سانت كلمنتس.
- عبد الرحمن بن سعود بن عبد الله العويفي (٢٠١٣). التربية الإعلامية ودور القيادة التربوية في تحقيق أهدافها، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة الإمام محمد بن سعود كلية العلوم الاجتماعية.
- عبد الرحيم أحمد سليمان درويش (٢٠٠٣). التربية الإعلامية ثورة جديدة في بحوث الإعلام، ***بحث مُقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية التربية النوعية بدمياط***، جامعة المنصورة.
- ____________ (٢٠٠٦). ***مقدمة إلي علم الاتصال***، دمياط: مكتبة نانسي.
- ____________ (٢٠٠٧). قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة"، ***دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن لتطوير الأداء بكليات التربية النوعية في ضوء معايير الجودة والاعتماد ومتطلبات سوق العمل واحتياجات المجتمع ٣٠ أبريل – ١ مايو*** "(جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية، ٢٠٠٧) ٢٠٠٧، الجزء الثاني، ص ص ٧٥٣ – ٧٨٣.
- عبد الصادق حسن (٢٠١٢). تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، ***بحث مقدم لمجلس التعاون لدول الخليج العربية يناير ٢٠١٢م***، قطاع الشئون الثقافية والإعلامية، الأمانة العامة بالرياض.
- عبد القادر بن الشيخ (٢٠٠٥). التربية علي وسائل الاتصال والإعلام، ***مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية***، تونس، ع (٢).
- عبد الله بن عبد العزيز (٢٠٠٧). استخدام خدمات الاتصال في الانترنت في العملية التعليمية، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار***

مارس٢٠٠٧، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– عبد الله علي الزلب (٢٠٠٥). رؤية لدور وسائل الإعلام: تعزيز المشاركة لا فرض المعتقدات، ***مجلة المعرفة السعودية***، ع. (١٢٢).

– عبد المجيد بن سلمي (٢٠١٣). تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية: تصور مقترح، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم السياسات التربوية، كلية التربية، جامعة الملك سعود.

– عبد المهيمن الديرشوي (٢٠٠٩). الغزو الثقافي وتأثيراته التربوية، ***ورقة بحثية منشورة بموقع المنشاوي للدراسات والبحوث***، ملف PDF تم زيارته ٢٠١٤/١/١٢ ومتاح على الرابط التالي: goo.gl/D7RohP

– عبد الوهاب بوخنوقة (٢٠٠٥). الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية والبصرية - الدور الغائب للمدرسة، ***مجلة الإذاعات العربية***، تونس، إتحاد إذاعات الدول العربية، ع. (٢).

– عبير الرحباني (٢٠١٢). ***الإعلام الرقمي الإلكتروني***، ط١، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

– عصام جابر (٢٠٠٨). رؤية مستقبلية للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم قبل الجامعي بمصر في ضوء تحديات الثقافة التشاركية، ***بحث منشور بمجلة كلية التربية جامعة الأزهر***، سبتمبر ٢٠٠٨م، ع. (١٣٧) ج. (٢).

– عصام سليمان الموسى (٢٠٠٠). ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الإعلام، ***المجلة المصرية لبحوث الإعلام***، ع. (٢٧).

– عصمت سويدان (٢٠٠٧). تكامل أم تناقض أنا والأخرون في ضوء الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية. ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

– عقيل محمود الرفاعي (٢٠٠٨). ***الإعلام التربوي: دراسة مقارنة***، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.

– علي نواوي فلبمان (١٩٩٥)، التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع"، ***مجلة كلية التربية***، جامعة المنصورة، ع. (٢٧).

- عمار بكار (٢٠٠٦). المعلمون يملكون سر إصلاح الإعلام العربي، ***مقالة منشور بجريدة الاقتصادية السعودية***، ع. (٤٧٣٦)، الجمعة ٢٩ سبتمبر ٢٠٠٦م، المقال متاح على الرابط التالي: goo.gl/UgyNIv
- ــــــــ (٢٠١١)، "قراءة لمؤشرات وأرقام مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، ***مقالة منشور بمدونة عمارة توك***، متاح عبر الرابط التالي: goo.gl/oyr9OT
- غادة حسام الدين محمد رشدي (٢٠٠٦). أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين: دراسة تجريبية، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- فاطمة فيصل العتيبى (٢٠٠٧). الإعلام والتعليم شركاء فى التنمية، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- فايزة بنت محمد بن حسن أخضر (٢٠٠٧). تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة، **دراسة مقدمة *للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- فتحية بنت حسين القرشي (٢٠٠٧). أثر الأسرة فى تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- فهد العسكر (٢٠٠٧). ***نشر المفهوم مسئولية الجميع، مجلة التربية الإعلامية***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، مارس.
- فهد بن عبد الرحمن الشميمري (٢٠١٠). ***التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام***، الرياض، الكتاب متاح على الرابط التالي: goo.gl/iJkR4J
- قمراء بنت مقبل بن راشد السبيعي (٢٠١٤). خطة مقترحة لتحقيق التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، ***بحث مقدم كمتطلب لمقرر المنهج وقضايا المجتمع المعاصرة***، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم المناهج وطرق التدريس.

– لمياء محمد وجدي توفيق (٢٠١٠). فاعلية برنامج مقترح للتربية الإعلامية علي عينة من الجمهور، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، قسم إعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

– ليلى رشاد، وعلياء يحيى (٢٠٠٩). مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني، ***بحث مقدم في مؤتمر " العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات"*** *جامعة النجاح الوطنية. المحور: المناهج تقويمها وتطويرها وتخطيطها وإثراؤها.*

– ليلى رشاد، وعلياء يحيى (٢٠٠٩). مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني، ***بحث مقدم في مؤتمر"العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات"جامعة النجاح الوطنية.*** المحور: المناهج تقويمها وتطويرها وتخطيطها وإثراؤها.

– ***مؤتمر التربية الإعلامية*** بالكويت الموقع الإلكتروني للمؤتمر/ http://q8tee.com/index2.htm

– ***المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية*** بالرياض (٢٠٠٧). الموقع الإلكتروني للمؤتمر/ http://www,meducomf.com

– مؤتمر فيينا (١٩٩٩). التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، ***توصيات موجهة إلي منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) ابريل ١٩٩٩م***، النمسا: فيينا.

– ماجدة لطفي السيد (٢٠١١). ***تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي***، عمان: دار أسامة.

– مجيب عبد الله عبد القادر غلاب (٢٠١٣). تصور مقترح للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة صنعاء.

– محمد الشامي (٢٠٠٦). المداخل التربوية لمواجهة العنف المدرسي: دراسة تقويمية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة المنصورة: كلية التربية.

– محمد بن شحات الخطيب (٢٠٠٧). دور المدرسة في التربية الإعلامية، ***دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧***، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.

- محمد بن عبد العزيز الحيزان (٢٠٠٧)، ندوة بعنوان: التربية والإعلام ... هل كل يغني على ليلاه؟، **صحيفة الرياض الثلاثاء ٢٧ فبراير** ،ع. (١٤١٢٧)، متاح على هذا الرابط: http://www.alriyadh.com/2007/02/27/article228295.html
- محمد عبد الحميد (١٩٩٥). دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ***ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث" التعليم وتحديات القرن الحادي والعشرين"***، القاهرة، كلية التربية، جامعة حلوان.
- ــــــــــــــــــ (٢٠١٢). ***التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي***، ط١، القاهرة: عالم الكتب.
- محمد عطية أبو فودة، (٢٠٠٨)، ***الإعلام التربوي وبعض المفاهيم المشابهة***، متاح على هذا الرابط: http://faculty.mu.edu.sa/ialzuaiber/Educational%20Information
- محمد فؤاد محمد (٢٠٠٢). العلاقة بين ممارسة الأنشطة الإعلامية و مهارات التفكير الناقد لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، القاهرة : معهد الدراسات العليا للطفولة ،جامعة عين شمس.
- محمد منير سعد الدين (١٩٩٥)، ***دراسات في التربية الإعلامية***، بيروت: المكتبة العصرية.
- محمود فرحات (١٩٩٤). التصادم التربوي بين المعطيات المدرسية واللامدرسية، ***بحث مقدم المؤتمر العلمي الرابع عشر: التعليم والإعلام ١١ -١٣ يوليو ١٩٩٤***، كلية التربية، جامعة عين شمس.
- مصطفى رجب (١٩٨٩). ***الإعلام التربوي في مصر واقعه ومشكلاته***، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- مصطفي محمود (١٩٩٢). ***أيها السادة .. اخلعوا الأقنعة***، القاهرة: دار المعارف.
- مفلح دخيل مفلح الأكلبي (٢٠٠٨). فعالية إستراتيجية التعلم التعاوني في تدريس مادة الحديث والثقافة الإسلامية في التحصيل الدراسي ومهارات التفكير الناقد لدى طلاب الصف الأول الثانوي، ***رسالة دكتوراه غير منشورة***، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- مكتب التربية العربي لدول الخليج (١٩٩٩). ***وثيقة استشراف مستقبل العمل***، الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.

- ـــــــــــــــــــــــــــــ (٢٠١٣). ***برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام بالدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج***، الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- مها عبد الفتاح أبو المجد محمد (٢٠١٢). تصور مُقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في جمهورية مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية التربية، جامعة أسوان، مصر.
- منال أبو الحسن (٢٠٠٤). التربية الإعلامية للوالدين، ***ورقة عمل مُقدمة للندوة العلمية بجامعة سوهاج تحت عنوان نحو والدية راشدة من أجل مُجتمع أرشد***، في الفترة من ٣٠ -٣١ مارس ٢٠٠٤.
- مندور عبد السلام فتح الله (٢٠٠٨). ***تنمية مهارات التفكير: الإطار النظري والجانب التطبيقي***، الرياض: دار النشر الدولي.
- ميثاق حقوق الطفل فى الإسلام (٢٠٠٣). **اللجنة الإسلامية العالمية للمرأة والطفل**، المجلس الإسلامي العالمي للدعوة والإغاثة: الأمانة العامة.
- ميري عبود (٢٠١٣). التربية الإعلامية في عصر المواطن الصحفي، ***ورقة بحثية مقدمة لدورة الأكاديمية التربية الإعلامية والرقمية في الجامعة الأمريكية***، بيروت.
- نادية حسين العفون، ومنتهى مطشر (٢٠١٢). ***التفكير أنماطه ونظرياته وأساليب تعليمه وتعلمه***، عمان: دار صفاء.
- ندوة التربية الإعلامية للشباب أشبيلية (٢٠٠٢). ***توصيات موجهة إلي منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)***، اسبانيا.
- نرجس حمدي (٢٠٠٢). الاستخدامات التربوية للإنترنت في الجامعات الأردنية، ***مجلة العلوم التربوية***، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، ع.(٢).
- نسيم الخوري (٢٠٠٥). ***الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية***، ط١، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- هبة الله السمرى (٢٠٠٤)، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تأثيرات الانترنت علي الأطفال" ***بحث غير منشور***، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- هناء عبده عباس، وآخرون (٢٠١١). أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول الثانوي الفني"، ***مجلة بحوث التربية النوعية***، جامعة المنصورة، ع.(٢٣)- أكتوبر ٢٠١١، الجزء الأول.

- هناء محمد سعيد العمودي (٢٠٠٨). واقع مساهمات معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة، ***رسالة ماجستير غير منشورة***، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- هناء محمد سعيد العمودي (٢٠٠٩). واقع مساهمات معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة. ***رسالة ماجستير غير منشورة***، جامعة أم القرى كلية التربية.
- وليد رفيق العياصرة (٢٠١١). ***التفكير الناقد واستراتيجيات تعليم***، عمان: دار أسامة.
- وليد فتح الله بركات، وآخرون (٢٠١١). التربية الإعلامية بحوث الإعلام في مصر والعالم في نصف قرن: الواقع واتجاهات المُستقبل، ***المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بالتعاون مع مُنظمة الأمم المُتحدة للتربية والعلوم والثقافة***، اليونسكو، في الفترة من ١٩ – ٢٠ ديسمبر ٢٠١١.

ثانيًا- المراجع الإنجليزية:

– Abdel-raheem A. Darweesh, (2006). Impact of Media on Adolescent Heaith: problem sand solutions, ***Paper presented to the 7th Annual conference of charbia pediatric club society***, 16 – 18.

– Alice Y. L. Lee, (2008). Teaching Media Literacy through Laptop Computers and i-Pads, ***Conference of International Association for Media and Communication Research***, IAMCR - Istanbul, Turkey, http://www.iamcrocs. org/index.php/2011/2011/paper/view/2034

– ————— (2010), Media education: Definitions, approaches and development around the globe. New Horizons in Education;Dec 2010, Vol. 58 Issue 3, ***Academic Journal***.

– Alicelee, jesuslou and other Adults, (2013), ***conceptual relation ship of information literacy and media literacy knowledge societies***,UNESCO.

– Antonio R. López, (2013). Greening the Media Literacy Ecosystem: Situating Media Literacy for Green Cultural Citizenship. ***PhD***. (Prescott College) Available at http://pqdtopen.proquest.com/

– Artin Lahiji. (2008) Critical media education: youth media production as a space of creativity for lifelong learning. Thesis Master of Arts A Thesis Submitted to the College of Graduate Studies and Research in Partial Fulfillment of the Requirements ***for the Degree of Master of Arts*** in the Department of Interdisciplinary Studies University of Saskatchewan Saskatoon.

– Aufderheid, F. (1992). ***Media literacy: A health education perspective. Journal of Health Education***, 30 (3), PDF File retrieved 19/01/2014, Available at: goo.gl/E6evgp

– Bannon, J. (2009). Media literacy: Understanding theory, practice and implementing change, ***Master Thesis*** (Canada. University of Toronto) http://www.sophe.org/ui/docs/articles/Media_Literacy_as_a_Violence_Prevention_Strategy.pdf 1/8/2013

– Baranov, O. (2002). ***Media Education in School and University***. (in Russian).Tver: Tver State University.

– Barbro Oxstrand. (2009) .MEDIA LITERACY EDUCATION- A discussion about Media .Nordmedia conference .Karlstad: Karlstad University.

– Bazalgette, C. (Ed.) (1989). ***Primary Media Education: A Curriculum Statement***. London: BFI and Bazalgette, C., Bevort, E., Savino, J. (Eds.) (1992) Media Education Worldwide. Paris: UNESCO.

– Beyer, B, K. (2002). ***Developing A Thinking Skills Program***. New York: Doubleday.

– Bob McCannon.(2002). ***Media Literacy: what? Why? how Children, Adolescents, the media*** ،Victor Straburger and Barbara Wilson, London: Sage Publications.

– Brad Ford Yates (2001), Applying Diffusion Theory: Adoption Of Media Literacy Programs In schools, ***Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association***,51st, Washington, Available At: http://www.ericae.net/eriedc/ED453564.htm

– Brereton, P. (2001). ***Continuum Guide to Media Education***. London: Continuum Press.

– Brian A. Primack, Renee Hobbs (2009). ***Association of Various Components of Media Literacy and Adolescent Smoking***, Am J Health Behav.™ ,Vol.,33(2).

– British Film Institute. (2004). ***Media Education in Europe: Task Group Topics .Conference on Media Education in Europe*** .Belfast . preparation papers on the conference.

– Brook Erin Duffy, Joseph turow (2009) . ***key readings in media today : mass communication cotext***. (New York: Rout ledge).

– Buckingham, D. (2001). ***Media Education: A Global strategy for development***. A policy paper prepared for UNESCO sector for communication and information، Mentor association.

– ————————. (2004). ***public Debate: who needs media literacy***. London: Institute of Education, University Of London.

– Burson, Jordana Kathleen, (2010). ***Measuring media literacy among collegiate journalism students*** .M.S., Oklahoma State University.

– Carlsson, Frederik and peter, Martinsson (2008). Ease Come, Ease Go. The Role of Windfall Money in Lab and Field Experiments. X.

– Carolan, Constance. (2005). Developing critical media literacy: a case study of an upper elementary classroom, ***Master Thesis*** (Canda: University of Calgary)

– Cary Bazalgette, Becky Parry and John Potter.(2011), ***Media Literacy Theory in the Primary Classroom***, 7th Global Conference, Mansfield College, Oxford, United Kingdom.

– Center For Media Literacy (2004), ***Classroom Approaches to Media Literacy***, available on http/www.medialit.org/reading_room/.htm

– ―――――――― (CML). (2011). ***Why Media Literacy is Important***. Available at: goo.gl/tExhnL

– Chi-Kim Cheung.(2010), A Study of the Impact of Media Education on Students' Media Analysis Skills,, Contributions to the Research Forum at the World Summit on Media for Children an d Youth 2010 University of ***Gothenburg The International Clearinghouse on Children***, Youth and Media.

– Christa Love. (2008), Teaching Media Literacy Skills about Commercials: A Comparative Analysis of Media Literacy Instruction, Submitted in partial fulfillment of the requirements ***for the degree of Master*** of Education Faculty of Education, Brock University St Catharins, Ontario (Canada).

– David, Considine. (2011).***The Case For Media Literacy in Toddy's Schools***. Center for Media Literacy. retrieved 25/04/2014, Available at: goo.gl/ZZ6yQo

– Divina Frau. (2006). Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals. Publisher: UNESCO. Available at: www.unesco.org

– Divina Frau. (2008). Mapping Media Education Policies in the World: Visions. Programmes and Challenges. Published by: The United Nations-Alliance of Civilizations in co-operation with Group Comunicar.

– Divina Frau- Meigs and Jordi Torrent.(2009). ***Media Education Policy: toward a global rationale .Mapping Media Education Policies in the world: visiones, programmes and challenges*** ،Divina Frau-Meigs and Jordi Torrent 15 – 24, UNESCO.

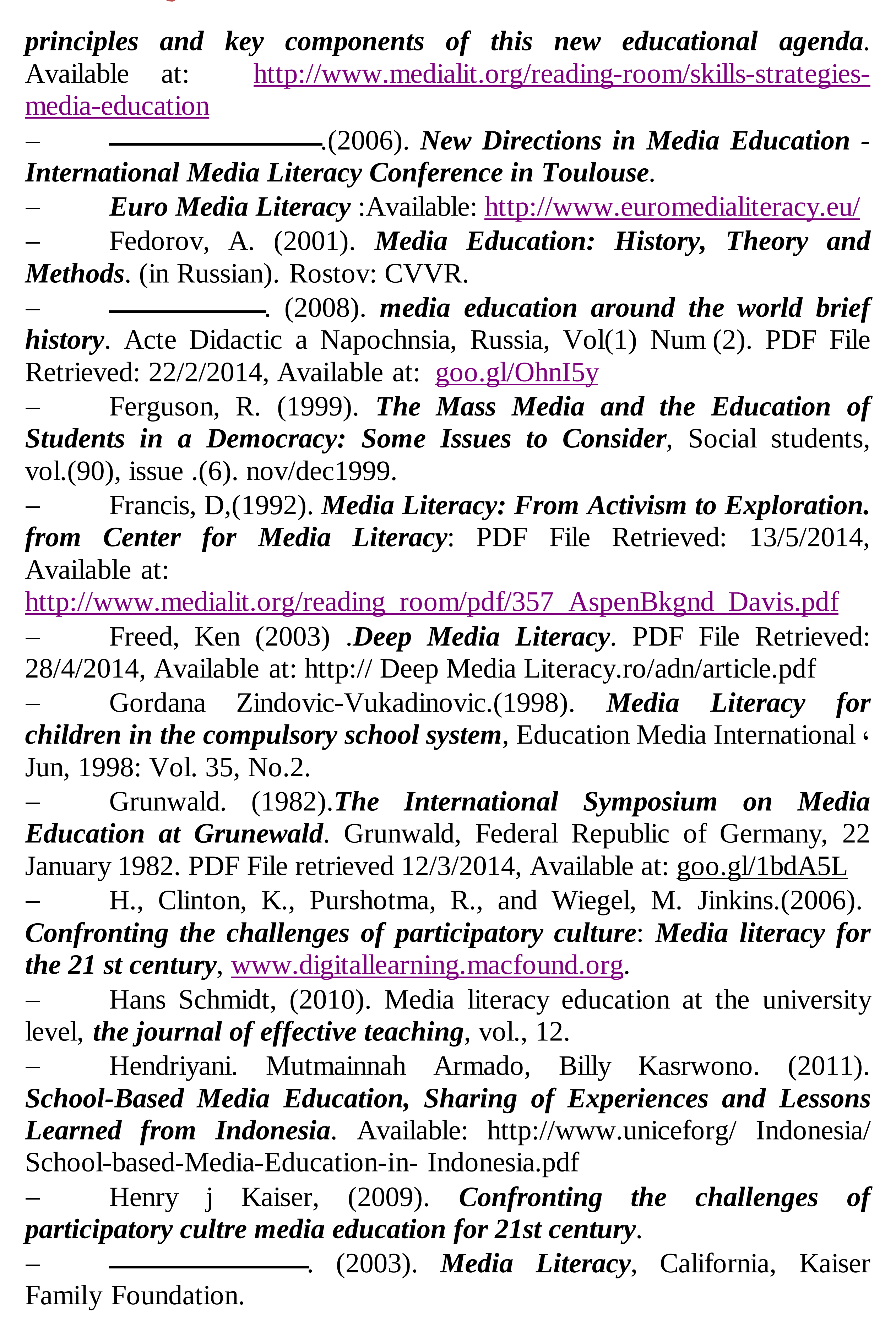
– Dorothy G. Singer, Diana M. Zuckerman, and Jerome L. Singer, (1980). Helping Elementary School Children Learn about TV" ***Journal of Communication***, 30(3).

– Douglass kellener and Jeffshare, (2007). ***Critical media literacy: Democracy and reconstruction of Education***, New York:, peter long publishing, Available a t www.centexgseis.ucle.edu.

– Elizabeth Thoman, Tessa Jolls. (2006) .***literacy for the 21st century, an overview and orientation guide to media literacy education . California, USA: center for media literacy***.

– Elizabeth Thoman, Tessa Jolls. (2008). ***Literacy , For The 21st Century: An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education***, USA: ISBN.

– Elizabeth Thoman. (2008). ***Skills & Strategies for Media Education: A pioneering media literacy leader outlines the core***



principles and key components of this new educational agenda. Available at: http://www.medialit.org/reading-room/skills-strategies-media-education

– ————————.(2006). ***New Directions in Media Education - International Media Literacy Conference in Toulouse***.

– ***Euro Media Literacy*** :Available: http://www.euromedialiteracy.eu/

– Fedorov, A. (2001). ***Media Education: History, Theory and Methods***. (in Russian). Rostov: CVVR.

– ——————. (2008). ***media education around the world brief history***. Acte Didactic a Napochnsia, Russia, Vol(1) Num (2). PDF File Retrieved: 22/2/2014, Available at: goo.gl/OhnI5y

– Ferguson, R. (1999). ***The Mass Media and the Education of Students in a Democracy: Some Issues to Consider***, Social students, vol.(90), issue .(6). nov/dec1999.

– Francis, D,(1992). ***Media Literacy: From Activism to Exploration. from Center for Media Literacy***: PDF File Retrieved: 13/5/2014, Available at: http://www.medialit.org/reading_room/pdf/357_AspenBkgnd_Davis.pdf

– Freed, Ken (2003) .***Deep Media Literacy***. PDF File Retrieved: 28/4/2014, Available at: http:// Deep Media Literacy.ro/adn/article.pdf

– Gordana Zindovic-Vukadinovic.(1998). ***Media Literacy for children in the compulsory school system***, Education Media International ، Jun, 1998: Vol. 35, No.2.

– Grunwald. (1982).***The International Symposium on Media Education at Grunewald***. Grunwald, Federal Republic of Germany, 22 January 1982. PDF File retrieved 12/3/2014, Available at: goo.gl/1bdA5L

– H., Clinton, K., Purshotma, R., and Wiegel, M. Jinkins.(2006). ***Confronting the challenges of participatory culture***: ***Media literacy for the 21 st century***, www.digitallearning.macfound.org.

– Hans Schmidt, (2010). Media literacy education at the university level, ***the journal of effective teaching***, vol., 12.

– Hendriyani. Mutmainnah Armado, Billy Kasrwono. (2011). ***School-Based Media Education, Sharing of Experiences and Lessons Learned from Indonesia***. Available: http://www.uniceforg/ Indonesia/ School-based-Media-Education-in- Indonesia.pdf

– Henry j Kaiser, (2009). ***Confronting the challenges of participatory cultre media education for 21st century***.

– ————————. (2003). ***Media Literacy***, California, Kaiser Family Foundation.

– Hobbs, R. (1998). ***Building citizenship skills through media literacy education***. In M. Salvador and P. Sias, (Eds.) The Public Voice in a Democracy at Risk. Westport, CT: Praeger Press.

– ***How to Develop Media Literacy in the future***. (2005), available on http/www.med.sc.edu

– James Brown, (2001). ***Media Literacy and Critical Television Viewing in Education, Handbook of Children and the Media***, eds. D. Singer and G.Singer (Thousand Oaks, CA: Sage Publications)

– James Potter.(2001). ***Media Literacy*** .California: Sage Publications.

– Jeffery H. Warnke .Re, (2012), Presentation and (Re) Production of Ideology: The Case of Grand Theft Auto IV, a Framework for the Analysis of Culture and Violence, and the Role of Critical Media Literacy in an Education for Democratic Citizenship.***Master***,The University of Toledo.

– Jinkins. Henry. & others, (2006). Confronting The Challenges of Participatory Culture: ***Media Literacy for The 21,s Century***, (USA: The MacArthur Foundation).

– Johan, P.(2011). Media Literacy Key Concepts, Available at: goo.gl/fv7CdD

– Johanna martin soon, (2009). ***the role of media literacy in the Governance reform agenda***,Washington Comm. GAP.

– José Manuel, (2008). ***Empowerment Through Media Education. An Intercultural Dialogue*** (Published by:The International Clearinghouse on Children, Youth and Media in co-operation with UNESCO, Dar Graphit and the Mentor Association) Sweden.

– Joseph R. Dominick . (2002). ***The Dynamics Of Mass Communication: Media In The Digital Age***, 7thed, USA: Mcgraw-Hill Companies .

– Joseph turow, Brook Erin Duffy, (2009). (eds.,), ***key readings in media today : mass communication cotext***, New York : Rout ledge.

– Joseph, Turow. (2003). ***Media Today: An Introduction to Mass Communication*** . 2nd Boston: Houghton Mifflin Company.

– Kathryn R Fingar,Tessa Jolls, (2013). ***Evaluation of School-Based Violence Prevention Media Literacy Curriculum***, Download from injuryprevention.bmi.com published by group.bmi.com

– Ladislaus M. Semali. (2000). ***Literacy in multimedia America: Integrating media education across the curriculum***: New York: Falmer Press.

– Lamya Tawfic, (2004). Media Literacy Among Egyptian Children: An Exploratory Study," ***Global Media Journal*** " (Vol.3, No 17, Issue. 5).

– Lee Rother.(2001). ***Media Education and at risk adolescents in Canada***, International Clearing house on children and violence on the screen، Cecilia von Feilititzen ،Vol. 5, No. 1 .UNESCO.

– Lewis, Justin and Sut Jhally (1998).***The Struggle over Media Literacy***.Journal of Communication, vol 48.

– MacDonald, M. (2008). Media literacy in action: An exploration of teaching and using media literacy constructs in daily classroom practice, ***PH.D. Thesis*** (USA : University of California).

– Manalili, Rosemarie; Rehnberg, Johann.(2008), Media Education in the swedish Compulsory School. A comparison of the Swedich school curriculum documents with the leading countries, ***Course Undergraduate Thesis in Media- and Communication Studies*** Semester Autumn Semester 2008, Gothenburg University, Department of Journalism and Mass Communications.

– Mardziah Hayati Abdullah.(2001). ***Media Literacy***. Available at www.ericdigests.org/2001-1/media.html (The date of search 22/12/2004).

– Mary, F. Kennedy. (1993). ***Canadian Journal of Educational Communication***. CEC Special Issue on Media Education. Vol(22). Num(1) Spring, is supported by a grant from the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada.

– Masterman, L. (1989). Media Awareness Education: Eighteen Basic Principles, University of Nottingham, Retrieved: 4/12/2013, Available at goo.gl/4AOcTe

– ——————. (1990). ***television film and media education***, In Oliver Boyd-Barrett and Peter Braham (ed): Media, Knowledge and Power, Routledge. London.

– Maureen Baron (2010), ***Literacy, Then and Now***, available at: http:// www.media-awareness.what_is_media_literacy.cfm

– Mc Brian, New texts, (1999). ***New tools: An agreement for media literacy, educational leadership***” (New York: Wadsworth publishing co).

– McDermott. (2007). ***Critical Literacy: Using Media to Engage Youth in Inquiry, Production, Reflection, and Change***. New York: Macmillan.

– ***media literacy week, 2009*** . http://www.mediaeducationweek.ca/en/101_whatis.htm (The date of search 9/5/2010.

– Melda N. Yildiz.(2002). ***Analog and Digital Video Production Techniques in Media Literacy Education***, National Computing Conference .Texan.

– Mentor, (2010). ***Study on the current trends and approaches to media literacy in Europe***. From http://www.mediamentor.org/files/attachments/Study_Media_Literacy_in_Europe.pdf

– ***Middle East Media Educator*** (MEME). (2013). is a refereed journal published at the University of Wollongong in Dubai.

– Mihailidis, Paul. Beyond cynicism, (2008) How media literacy can make students more engaged citizen. ***PH.D***. University of Maryland, College Park.

– Missa Johnouchi, (2013). Global Media and Information Literacy (MIL), United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

– Montgomery, C. (1966). ***Responsibility for raising Standards***. in Gerald gross (ed.) .The Responsibilities of the Press. New York: Fleet Publication, Inc.

– ***National Association for Media Literacy Education (NAMLE),*** (2006) Available at: http://namle.net/publications/media-literacy-definitions.

– NCREL, North Central Regional Educational Laboratory (2003), ***21st Century Skills***, available at: http://www.ncrel.org/engauge/skills/htm

– Nonthasruang Kleebpung.(2010), Advertising and Media Literacy:Young People and Their Understanding of the World of Advertising in Australia and Thailand, Submitted in fulfilment of the requirements of the ***degree of Doctor of Philosophy*** December, 2010 Faculty of Arts, Education and Human Development Victoria University.

– ***Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education*** Available: http://www.declaraciondemadrid.org/arabe.doc

– Penzin, S. (1987). ***Cinematograph and Aesthetical Education*** (in Russian). Voronezh: Voronezh.

– perez totnero, and Tapio varies, (2010). ***Media literacy and new human is M***. UNICCO.

– Potter, W. James. (2001). ***Media Literacy***.(2).th ed .thousand oaks London new Delhi, Sage Publications.

– .__________ (2003).***Media Literacy*** .California: Sage Publications.

– __________. (2013). ***Media Literacy***.(6).th ed .thousand oaks London new Delhi, Sage Publications.

– Primack, Brian A, (2014). comparison of Media Literacy and Usual Education to Prevent Tobacco Use: A Cluster- Randomized Trial, ***JOURNAL OF SCHOOL HEALTH***, Vol:84(2), FEB 2014 Available at http://gateway.isiknowledge.com/gateway/Gateway.cgi

– Renee hobbs, (1998).The Seven Great Debates In The Media Literacy Movement, ***Journal of Communication***, vol.48.

– Rick Shepherd, Elementary Media Education The Perfect Curriculum ",": England Quarterly" (Vol.25, No.2-3<19928)pp. 35-38.

– Robert Kubey ‹Gina Marcello Serafin.(2001) .***Final Evaluation of Assignment: Media Literacy*** .A report to the discovery channel ‹New Jersy.

Robinson And Others, (1980). ***Media Education In Scotland: Out Line Proposals For a Curriculum***, Scotland: Glasgow, Scotlish Council For Education Technology.

– Roger Silverstone, (200). **Media and morality on the riseof the media polis**, combridge, polity.

– Rubin, Alan M. (1998) Media Literacy. ***Journal of Communication***, vol 48, no1.

– Scharrer. Erica. (2005). sixth graders take on television: media literacy and critical attitudes of television violence, ***Communication research reports***, vol.22 ,issue4, down loaded from http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a771085582

– Schmidt, Hans C. (2013). Media Literacy Education from Kindergarten to College: A Comparison of How Media Literacy Is Addressed across the Educational System" Research (USA: ***Journal of Media Literacy Education*** volume 5 issue1. 2013).

– Shayne Bowman , Chris Willis. (2003). ***We media, How audiences are shaping the future of news and information***, USA :The Media Center at The American Press Institute.

– Silverblatt, A. (1995). ***Media literacy: Key elements to interpreting media messages*** .Praeger: London,

– ————————. (2001). ***Media literacy: Keys to interpreting media messages*** (2ne ed). Westport, CT: Praeger.

– Simon M. Wilksch ,Marika Tiggeman, Tracey D. Wade , (2006) Impact of interactive school-based media literacy lessons for reducing internalization of media ideals in young adolescent girls and boys ,***International Journal of Eating Disorders***, Volume 39. Issue 5.

– Sonia livingstone, (2004). ***Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*** , London.

– Stanly. J. Baran, Dennis. k. Davis. (2006). ***Mass Communication theory***. Fourth edition. United States.

– Strasburger victor C & Jone Wilson (2004). ***Cildren, Adolescents & The media***. London: Sage Publication.

– Straubhaar, Joseph R. (2002), ***Media New***, Australia, Wads Worth Group.

– Taskın İnan.(2012) Media Literacy Levels and Perceptions of Prospective Teachers. Unpublished ***MA thesis*** .Continuing Education Center, Dumlupinar University, Kutahya, Turkey. published its summary in International Electronic Journal of Elementary Education, 2012, 4(2), 269-285.

– Teen Futures Media Network (2003), ***How To Apply Curriculum For Media Education On Teen***, Available On (http://www.depts.washington.edu/themedia/htm

– terikwal gamble and michael gamble, (2009). ***Communication Works***, 10th ed new York : Mc Graw – Hill companies.

– Tessa Hanmore, (2005). ***Media Education Curriculum in Ontario***: ***A Critical Analysis. Master***. (Ontario Institute for Studies in Education of the University of Toronto)

– The Unesco International Clearinghouse On Children, Youth And The Media, (2003). ***Youth Media Education Survey***: General Findings From The Unesco, (Sweden, Goteborg University, Year Book).

– Tibor koltay, (2011), ***The media and the literacies, media literacy***: ***information literacy, digital*** (California:sage publications, Available at. www.sagepublication.com

– Usov, Y. (1989). Film Education as Aesthetic and Art Education and Development of Pupils. ***Ph.D. Diss***. (in Russian). Moscow: Moscow State Pedagogical University.

– Verkaik, Nan; Gathercoal, Paul. (2001). Lessons in Media Literacy and Students' Comprehension of Television and Text Advertisements. ***Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association***.

– Victor C. Strasburger and Barbra J. Wilson. (2002). ***Children, Adolescents and the Media***. London: Sage Publications.

– Vienna.(1999). ***educating for the media and the digital age***. http://www.mediamanual.at/en/pdf/recommendations.pdf

– Wade T. D, Daved son's and O. Dea. J. A. A,(2003). Apreliminary controlled evdlu ation ofa school based media literacy program and self

esteem program for reducing eating disorder risk factors, ***Journal of Eating Disorders***, vol. 33.

– Webb, Theresa & others. (2009). Media Literacy as a Violence-Prevention Strategy: A Pilot Evaluation, ***phD,*** (California. University).

– Wikipedia. (2013). ***Media literacy***. Retrieved: 15/2/2014, Available at: goo.gl/POa68X

– Wilksch SM1, Tiggemann M, Wade TD, (2006). ***Impact of interactive school-based media literacy lessons for reducing internalization of media ideals in young adolescent girls and boys, Int J Eat Disord***, no.39.

– Williams G. Christ And W. James Potter, (1998). Media Literacy And The Academy, ***Journal Of Communication***, Vol.48.

– Worsnop, C, (1999). ***Sereening Images: Ideas For Media Education***. Mississauga. Ontario: Wright Communications.

– Yates, Bradford L. (2000). Media literacy and attitude change: assessing the effectiveness of media literacy training on children's responses to persuasive messages within the framework of the elaboration likelihood model of persuasion. ***(Ph. D.)*** - University of Florida, 2000. Publisher: Gainesville.

التربية الإعلامية
Media Literacy Education

أصبحٍ من الضروري أن يضع المُتلقين مُرشحا على آذانهم وأخر على أعيُنهم، ليُنقي كل ما يسمعوا ويُشاهدوه، فيُغربل المشاهد والأقوال، بل أصبح ضروريًا أن يُقيموا أكشاك الحراسة على كل مداخل حواسهم ويتحول عقلهم من قارئ إلى ناقد مُبدع، وبات ضروريًا ألاّ يستمعوا إلى أي شيء في استسلام وحُسن نية بل يَصغوا إليه في شك وارتياب وتحسب.

د. مصطفى محمود

إن إصلاح الأمم يأتي من إصلاح التعليم و الإعلام لذا فالتربية الإعلامية أحد أهم السبل في طريق الإصلاح.

المُجتمع الذي لا يستطيع أن يفرق بين الخديعة والحقيقة يهلك.

كريس هدجز

من يمتلك الإعلام يمتلك العالم، فشاهد وأستمع واقرأ كما تشاء ...

ولكن بحرص فلا تجعلهم يتحكون بك.

مُهذَّبون

mohazzaboon

معاً نرتقي

إن تضليل عقول البشر هو أداة للقهر.. فهو يُمثل إحدى الأدوات التي تسعى النُخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة.

باولو فرير